



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL DESARROLLO LOCAL Y
COMUNITARIO**

TESIS DE GRADO

TÍTULO:

**INICIATIVAS PRODUCTIVAS DE COMERCIO JUSTO. CASO: CANTÓN
PENIPE**

AUTOR:

MIGUEL ALEJANDRO RÍOS GRANIZO

QUITO – ECUADOR

2016

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Miguel Alejandro Ríos Granizo, declaro bajo juramento que la presente investigación es de total responsabilidad del autor y que se han respetado las diferentes fuentes de información.

Miguel Alejandro Ríos Granizo

C.I. 0602891715

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Se autoriza utilizar los contenidos de esta investigación como referencia bibliográfica para fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, citando como fuente de información al autor de la misma.

Febrero de 2016

Nombre: Miguel Alejandro Ríos Granizo

Dirección: Junín 16-05 y Diego de Almagro

Email: alejandro.rios.granizo@gmail.com

Celular: 0986107205

AUTORIZACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

M. Sc. Eulalia Flor Recalde

DIRECTORA DEL PROYECTO DE GRADO

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Escuela de Trabajo Social, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador; cumpliendo los requisitos establecidos por la Dirección General Académica; en consecuencia, está apta para su presentación y sustentación.

M.Sc. Eulalia Flor Recalde

C.I.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico a mi pequeño hijo, Joaquín Alejandro; desde el día que llegaste, nos llenaste de felicidad absoluta, te convertiste en nuestras ganas de ser personas de bien, y, sobre todo, en la inspiración de vida de tus papis.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la vida y a María, por ser mi guía cada día.

A mi amada, compañera de vida, Janne, quien me ha acompañado desde hace mucho tiempo en este gran sendero de superación, y aunque hemos tropezado varias veces, siempre nos hemos levantado para seguir caminando juntos de la mano, soñando en aquel deseo de realización personal y familiar.

A mis padres, Miguel y Blanca, trabajadores incansables, y a mi hermano Juan, por ser en conjunto el eje fundamental de mi vida, por forjar en mí a la persona honesta y luchadora, idealista y sobre todo sincera. Como no agradecerles por toda esa paciencia que me han brindado, se merecen cada uno de los éxitos alcanzados por sus hijos.

A mi familia y amigos, por el apoyo recibido y su preocupación constante.

Al pueblo de Penipe, pueblo solidario, pueblo humilde, pueblo de bien. Cada uno de los días que he recorrido tus tierras, me han permitido amarte más, espero algún día, devolverte todo lo que me has dado.

A mi directora de tesis, Eulalia, por su apoyo incondicional, por sus aportes en el proceso de investigación y su análisis oportuno.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador:

Profesor Calificante 1

Ing. Francisco Pacheco Sempértegui, M.E.E.

Profesor Calificante 2

M.Sc. María Cecilia Pérez

CONTENIDO

PORTADA	I
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	II
CERTIFICADO DE AUTORÍA	III
AUTORIZACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN	VII
CONTENIDO	VIII
RESUMEN	XIX
ABSTRACT	XX
CAPÍTULO UNO: INTRODUCCIÓN	1
1. INICIATIVAS PRODUCTIVAS DE COMERCIO JUSTO. CASO: CANTÓN PENIPE	1
1.1. MARCO CONTEXTUAL	1
1.2. PROBLEMA, SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.2.1. Problema	3
1.2.2. Formulación del problema	4
1.2.3. Sistematización del problema	4
1.3. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	5
1.4. OBJETO DE ESTUDIO Y CAMPO DE ACCIÓN	5
1.4.1. Objeto de estudio	5
1.4.2. Campo de acción	5
1.5. OBJETIVOS	5
1.5.1. Objetivo general	5
1.5.2. Objetivos específicos	6
1.6. VARIABLES	6
1.6.1. Variable dependiente	6
1.6.2. Variable independiente	6
1.7. POBLACIÓN Y MUESTRA	6
1.8. METODOLOGÍA	8

1.9. NOVEDAD	9
CAPÍTULO DOS: MARCO TEÓRICO	11
2.1. ECONOMÍA SOLIDARIA	11
2.1.1. Concepto	11
2.1.2. Principios de la Economía Solidaria	11
2.2. ASOCIATIVIDAD	13
2.1.1. Concepto	13
2.3. COMERCIO JUSTO	14
2.3.1. Concepto	14
2.3.2. Antecedentes (cronología)	15
2.3.3. Principales objetivos	16
2.3.4. Criterios o principios	17
2.3.5. Productos del Comercio Justo	18
2.3.6. Organización Mundial de Comercio Justo	18
2.3.7. Principales actores (cadena solidaria)	19
a. Organizaciones productoras	20
b. Organizaciones importadoras	21
c. Tiendas del Comercio Justo	22
d. Consumidores	23
CAPÍTULO TRES: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL CANTÓN PENIPE	24
3.1. DIAGNÓSTICO ECONÓMICO PRODUCTIVO	24
3.1.1. Datos generales del cantón Penipe	24
3.1.2. División parroquial y comunitaria	26
3.1.3. Población	27
3.1.4. Potencialidades agropecuarias	28
a. Clasificación agrológica	28
b. Uso y cobertura del suelo	29
c. Superficie productiva	30
d. Tenencia de la tierra	31
e. Equipamientos e infraestructura para actividades productivas	33
f. Riego	35
3.1.5. Redes viales	37
3.1.6. Indicadores económicos	38

a. Tasa de desempleo	38
b. Principales actividades económico productivas del territorio según ocupación por PEA	40
c. Ingresos económicos promedio de los productores	43
d. Acceso a crédito	44
3.1.7. Principales productos	44
a. Productos agrícolas	44
b. Superficie cultivada aproximada	46
c. Producción de pastos	47
d. Productos pecuarios	49
e. Oferta animal aproximada	50
3.2. ORGANIZACIONES (ACTORES SOCIALES)	51
3.2.1. Productores	51
3.2.2. Organizaciones	52
a. Comunidades	52
b. Organizaciones productivas	55
3.3. COMERCIO JUSTO	60
3.3.1. Experiencias de Comercio Justo en el territorio	60
3.3.2. Vinculación con el Comercio Justo	62
3.3.3. Vinculación con los criterios de Comercio Justo	63
3.3.4. Algunos criterios de Comercio Justo	65
a. Acceso al diálogo con las autoridades	65
b. Pago justo por los productos	65
c. Forma de pago	66
d. Destino de la producción	66
CAPÍTULO CUATRO: PROPUESTA	68
IV. ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO AGROPECUARIO DEL CANTÓN PENIPE, 2017 - 2021	68
4.1. COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA	70
4.1.1. Diagnóstico	70
4.1.2. Vocaciones	72
4.1.3. Objetivos estratégicos y específicos	73
a. Árbol de problemas: causas y efectos	73

b. Análisis de objetivos: árbol de medios y fines	74
c. Definición de los objetivos	75
d. Actividades de los objetivos	77
4.2. DEFINICIÓN DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS	77
4.2.1. Fortalecimiento organizativo	77
a. GAD Provincial de Chimborazo	80
b. GAD Municipal de Penipe	81
c. GADS Parroquiales Rurales de Penipe	81
d. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca	82
e. Ministerio de Inclusión Económica y Social	82
f. Secretaría del Agua	82
4.2.2. Producción y tecnificación del riego	83
4.2.3. Comercialización asociativa	85
4.2.4. Industrialización y Comercio Justo	88
a. Actores de la estrategia: productores, comercializadores y consumidores	90
b. Los procesos y sus actores	92
c. Organización: políticas, financiamiento, información y coordinación	93
4.3. PLAN DE INTERVENCIÓN REFERENCIAL	95
4.4. CRONOGRAMA VALORADO	99
CONCLUSIONES	101
RECOMENDACIONES	103
BIBLIOGRAFÍA	105
ANEXOS	108

LISTA DE TABLAS

Tabla 01. Cantidad de encuestas levantadas por parroquia	08
Tabla 02. Cronología del Comercio Justo	15
Tabla 03. Directorio de la Organización Mundial de Comercio Justo	19
Tabla 04. Datos generales del cantón Penipe	24
Tabla 05. División parroquial y comunitaria del cantón Penipe	26
Tabla 06. Distribución de la población del cantón Penipe, por género, año 2010	27
Tabla 07. Clasificación agrológica del cantón Penipe	28
Tabla 08. Uso y cobertura del suelo del cantón Penipe, año 2014	30
Tabla 09. Superficie productiva (mosaicos agropecuarios) del cantón Penipe	30
Tabla 10. Tenencia de la tierra promedio del cantón Penipe	31
Tabla 11. Equipamientos e infraestructura para actividades productivas	33
Tabla 12. Estado situacional del riego en el cantón Penipe, año 2015	35
Tabla 13. Redes viales del cantón Penipe	37
Tabla 14. Población ocupada y desocupada del cantón Penipe, año 2010	38
Tabla 15. Principales actividades económico productivas del territorio, según ocupación por PEA, año 2010	40
Tabla 16. Ingresos económicos familiares promedio de los productores agropecuarios	43
Tabla 17. Acceso a crédito de los productores del cantón Penipe	44
Tabla 18. Localización de los principales productos agrícolas del cantón Penipe	45
Tabla 19. Superficie aproximada cultivada con los principales productos agrícolas	46
Tabla 20. Producción de pastos en el cantón Penipe, año 2014	48
Tabla 21. Localización de los principales productos pecuarios del cantón Penipe	49
Tabla 22. Oferta animal aproximada del cantón Penipe, año 2014	50
Tabla 23. Número de productores agropecuarios del cantón Penipe	51
Tabla 24. Comunidades del cantón Penipe	52
Tabla 25. Organizaciones productivas en funcionamiento y que están trabajando conjuntamente con el MAGAP, año 2015	55
Tabla 26. Resumen organizaciones productivas (beneficiarios)	57
Tabla 27. Resumen organizaciones productivas (superficie-rubros)	58
Tabla 28. Resumen organizaciones productivas (fines)	58

Tabla 29. Vinculación con el Comercio Justo	62
Tabla 30. Vinculación con los criterios del Comercio Justo	63
Tabla 31. Vinculación efectiva con los criterios del Comercio Justo	64
Tabla 32. Acceso al diálogo con las autoridades	65
Tabla 33. Pago justo por los productos	65
Tabla 34. Forma de pago por los productos	66
Tabla 35. Destino de la producción agrícola del cantón Penipe	66
Tabla 36. Destino de la producción de leche del cantón Penipe	67
Tabla 37. Características y condiciones de los posibles consumidores	92
Tabla 38. Miembros de la Organización Mundial de Comercio Justo Latinoamérica	116
Tabla 39. Miembros de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, año 2015	119
Tabla 40. Miembros de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo de España en Ecuador, año 2015	122
Tabla 41. Resumen de organizaciones de Comercio Justo presentes en la provincia de Chimborazo, año 2015	123

LISTA DE FIGURAS

Figura 01. Sello de la Organización Mundial de Comercio Justo	19
Figura 02. Coordinación global de la Organización Mundial de Comercio Justo	20
Figura 03. Porcentaje de la población del cantón Penipe, por parroquias	27
Figura 04. Superficie promedio de tenencia de la tierra (ha)	31
Figura 05. Acceso a sistemas de riego en las parroquias, año 2015	36
Figura 06. Tasa de desempleo del cantón Penipe	39
Figura 07. Principales actividades económicas del cantón Penipe	42
Figura 08. Ingresos económicos mensuales promedio de los productores agropecuarios	43
Figura 09. Porcentaje de la superficie productiva cultivada con los principales cultivos	47
Figura 10. Superficie cultivada con pastos y principales productos agrícolas	48
Figura 11. Porcentaje de productores presentes en el cantón Penipe	52
Figura 12. Porcentaje de la superficie asociada por rubro, año 2015	59
Figura 13. Medio en el cual han escuchado sobre el Comercio Justo	62
Figura 14. Porcentaje de productores que efectivamente conocen sobre el Comercio Justo	63
Figura 15. Árbol de problemas del diagnóstico situacional del cantón Penipe	73
Figura 16. Árbol de objetivos y fines de la estrategia	74
Figura 17. Organigrama de participación y funciones de los miembros de la estrategia	79
Figura 18. Modelo económico local deseado	88
Figura 19. Esquema de producción, comercialización y consumo de la estrategia	89

LISTA DE MATRICES

Matriz 01. Matriz de potencialidades, limitaciones y problemas del diagnóstico situacional realizado del cantón Penipe	70
Matriz 02. Matriz de marco lógico, de la estrategia de desarrollo agropecuario del cantón Penipe	75
Matriz 03. Matriz de actividades de los objetivos de la estrategia de desarrollo agropecuario del cantón Penipe	77
Matriz 04. Matriz del modelo de gestión de la estrategia de desarrollo agropecuario del cantón Penipe, año 2017 – 2021	95
Matriz 05. Matriz de ejecución del modelo de gestión de la estrategia de desarrollo agropecuario del cantón Penipe, año 2017 - 2021	99

LISTA DE ECUACIONES

Ecuación 01. Fórmula del cálculo de la muestra, según muestreo	07
Ecuación 02. Fórmula con reemplazo de valores	07

LISTA DE MAPAS

Mapa 01. División política del cantón Penipe	25
Mapa 02. División parroquial y comunitaria del cantón Penipe	112
Mapa 03. Uso y cobertura del suelo del cantón Penipe	113
Mapa 04. Superficie productiva del cantón Penipe	114
Mapa 05. Redes viales del cantón Penipe	115

RESUMEN

El trabajo desarrollado presenta un análisis detallado del estado situacional del componente productivo del cantón Penipe, eje principal de su economía, considerando el comportamiento de las cadenas productivas, la relación de la población con la asociatividad y la organización, la comercialización y finalmente su vinculación con los criterios de Comercio Justo. El objetivo principal es formular una estrategia de desarrollo territorial que permita incrementar los ingresos económicos de los productores agropecuarios, quienes en un 77,51% generan ingresos mensuales por la comercialización de sus productos menores a los \$300,00, insuficientes para cubrir las demandas familiares en cuanto a alimentación, vestimenta, servicios básicos, educación, entre otros.

Los resultados obtenidos durante el proceso, han permitido concienciar en primera instancia a los representantes de los gobiernos locales, comunidades y organizaciones; solicitando la intervención mancomunada para desafiar al modelo convencional establecido desde hace muchos años y consolidar un nuevo modelo económico de desarrollo que permita el crecimiento sostenible tanto de las áreas urbanas como rurales.

La estrategia se basa en cuatro fases a ser trabajadas en los próximos 5 años por un Comité de Gestión conformado por los principales actores sociales del territorio: GAD, Ministerios, Secretarías, ONG, organizaciones, productores e inversionistas, cada uno de ellos siendo partícipe de acuerdo a sus competencias y obligaciones con el pueblo. Las fases de la estrategia son: fortalecimiento organizativo, producción y tecnificación del riego, comercialización asociativa, industrialización y Comercio Justo; las cuales serán trabajadas de una manera coordinada que permita la optimización de recursos económicos, técnicos, humanos y naturales, con la premisa de respeto al medio ambiente.

El desarrollo del Comercio Justo propiciará un escenario que integrará a los distintos actores de la cadena productiva a un proceso de donde la producción, la comercialización y el consumo se relacionan y comprometen a compartir principios básicos de solidaridad y cooperación, a más de transferir competencias al pequeño productor y prepararlo para participar en igualdad de condiciones en el mercado convencional.

ABSTRACT

The developed paper presents a detailed situational state analysis of the productive component of Penipe, backbone of its economy, considering the behavior of productive chains, the ratio of the population with the association and organization, the commercialization and finally its relationship with Fair Trade criteria. The main objective is to formulate a strategy of territorial development to increase the economic income of farmers, who in a 77,51% generate a monthly income by commercializing their products under \$300,00, which are insufficient to meet family demands in terms of food, clothing, basic services, education, among others.

The results obtained during the process have raised awareness in the first instance to representatives of local governments, communities and organizations; requesting the joint intervention to challenge the conventional model established for many years and consolidate a new economic development model that allows sustainable growth of both urban and rural areas.

The strategy is based on four phases to be worked in the following 5 years by a management committee composed of the main social actors in the territory: GAD, ministries, departments, NGO, organizations, producers and investors, each of them being a participant of according to their responsibilities and obligations to the people. The phases of the strategy are: organizational strengthening, production and irrigation technology, associative commercialization, industrialization and Fair Trade; which will be worked in a coordinated manner that allows the optimization of economic, technical, human and natural resources, with the premise of respecting the environment.

The development of Fair Trade will provide a scenario that will integrate the different actors in the production chain to a process where the production, commercialization and consumption are related and committed to share basic principles of solidarity and cooperation, more than transferring powers to the small producer and prepare to participate on equal terms in the conventional market.

CAPÍTULO UNO

INTRODUCCIÓN

I. INICIATIVAS PRODUCTIVAS DE COMERCIO JUSTO. CASO: CANTÓN PENIPE

1.1. MARCO CONTEXTUAL

La competitividad se ha convertido para muchas regiones en la meta que se debe alcanzar para lograr un mejor nivel de vida para sus habitantes. Bajo el actual esquema de dolarización, la competitividad se alcanza a través del incremento de la productividad dentro de un clima de negocios favorable y el desarrollo, y aprovechamiento tecnológico que permite diversificar la producción hacia actividades que vayan más allá de la simple explotación de los recursos naturales, hacia productos con un alto valor agregado. (Gobierno Provincial de Tungurahua, 2010)

El modelo de desarrollo que ha prevalecido en Penipe, basado en la explotación del suelo y de productos nada elaborados, no es viable en el nuevo paradigma de la actual sociedad del conocimiento. Para evitar efectos negativos en la calidad de vida de la población frente al desafío de la globalización es urgente generar ventajas competitivas sostenibles, basadas en el mejoramiento y desarrollo del sector productivo con aplicación de los conceptos de productividad e innovación tecnológica.

Un reto de tales dimensiones no sólo compromete al sector productivo, sino que involucra diversos actores sociales. La competitividad se construirá una vez que todos los involucrados armonicen sus intereses en tres enfoques: producir más con los mismos recursos, pasar de ser productores de materias primas a productores de productos terminados y transformar o generar nuevos productos; logrando mejorar la producción y productividad del cantón, crear valor agregado en los productos y poder empresarial; todo esto en su conjunto permitirá incrementar ingresos y generar más fuentes de empleo en el territorio.

Las experiencias de comercialización campesina no son nuevas en Ecuador; han sido desarrolladas desde hace mucho tiempo en los diferentes niveles de Estado. La mayoría de las

experiencias no han sido exitosas, pues algunas inician con optimismo y al poco tiempo desaparecen, otras se mantienen durante un cierto tiempo, pero sin lograr los resultados esperados. Como manifiesta la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE (2009) “la comercialización es un ámbito complicado debido a que, entre otras cosas, enfrenta profundos problemas de la estructura agraria y una red extremadamente compleja de distribución de los productos agrícolas”. (p. 3)

La coyuntura política por la que atraviesa el país en los últimos años favorece el acceso y la incidencia de los productores campesinos y grupos sociales en la generación de políticas públicas en beneficio del sector productivo, las cuales son construidas desde las mismas bases y experiencias locales. Los campesinos y pequeños productores juegan un papel importante en la producción para garantizar la seguridad y soberanía alimentaria.

La asociatividad es un tema de interés público. Es fundamental para la soberanía alimentaria del país, es rentable para los pequeños productores, además puede transformarse en una herramienta de lucha contra la pobreza. En las agendas públicas y estrategias territoriales de los gobiernos autónomos descentralizados existen iniciativas de comercialización asociativa exitosas que pueden ser replicadas a nivel local.

En una estrategia de asociatividad es determinante seleccionar pocos rubros (claves) que los campesinos destinan al mercado, pues no todo lo producido por ellos tiene destino mercantil. A partir de esa selección es fundamental conformar organizaciones campesinas con fines empresariales (OECS) para mejorar las condiciones de comercialización; proceso que debe ir acompañado de la transferencia de capacidades y competencias a los grupos de base para garantizar su sostenibilidad.

La Estrategia de Desarrollo Agropecuario del Cantón Penipe propuesta en el presente documento servirá como instrumento guía en la consecución y búsqueda del desarrollo económico local, pretendiendo la conjunción y coordinación de esfuerzos entre los diferentes actores sociales: públicos, privados, territoriales y extraterritoriales, priorizando cuatro fases complementarias unas con otras: 1) Fortalecimiento organizativo; 2) Producción agropecuaria y tecnificación del riego; 3) Comercialización asociativa; e 4) Industrialización y Comercio Justo.

Por otra parte, para la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE (2009) “es fundamental que las organizaciones campesinas formalicen su acción y que su labor sea reconocida por el Estado y la sociedad a través de la legalización que facilita el acceso a los programas públicos que se ejecutan en el país”. (pp. 5-6).

Adicionalmente, la investigación revelará el estado situacional de los medios de producción territorial y su vinculación con los principios o criterios del Comercio Justo; determinando si en el territorio se ha trabajado para que los penipeños, productores agrícolas y pecuarios por excelencia, puedan acceder a una mejor calidad de vida, a partir de la comercialización de sus productos en los diferentes mercados; y, además proponer líneas de producción alternativas que permitan la intervención en nuevos campos comerciales.

Por esta razón, surge un modelo alternativo al comercio internacional, que ha ido tomando fuerza y se ha ido extendiendo en diferentes países. Este fenómeno, conocido como Comercio Justo, no solo busca mejorar las condiciones de vida para los pequeños productores, principalmente en el ámbito agrícola y artesano, sino que también se preocupa por el cuidado y la protección del medio ambiente. (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2006)

1.2. PROBLEMA, SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema

El principal problema de la comercialización en el territorio se debe a la gran incidencia de un mercado acorralado y monopolizado por los intermediarios. Los productores pequeños, medianos y grandes están atrapados por esta red. Las unidades de producción más grandes, entregan un porcentaje de producción mayor que los pequeños; pero es indudable que la propia industria, la exportación y los consumidores finales son abastecidos por esta inmensa red de intermediarios.

En las entrevistas realizadas durante la investigación, los productores, manifestaron que son perjudicados por los intermediarios en la venta de los productos con una diferencia que llega hasta los \$5,00 por debajo de los precios oficiales, dependiendo de la calidad de los mismos y repercutiendo de manera negativa en las ganancias obtenidas.

Además, localmente los productores pierden representatividad pues no acceden a los supermercados; estos mayoristas son abastecidos por los intermediarios debido a que, en el momento de la entrega de los productos, exigen estándares de calidad que no pueden ser cumplidos por los campesinos; las compras no son al contado, los proveedores deben esperar aproximadamente un mes, como mínimo, para recibir sus pagos y además se aplican descuentos en sus pagos por pérdidas globales de los productos.

Los campesinos y pequeños productores no disponen de fuentes de financiamiento, no tienen acceso a tecnologías apropiadas para sus sistemas de producción, tampoco cuentan con capacitación, ni disponen de información oportuna sobre los mercados, no tienen acceso directo a ellos, dependen de una red compleja de intermediarios, comercializan de manera dispersa, no cuentan con estructuras organizativas sólidas, presentan reducida tenencia de la tierra.

El Estado no ha diseñado una política de apoyo a los pequeños productores y a la comercialización de su producción. Además, estos pequeños productores han estado sujetos a los altos riesgos de la agricultura de secano, pues la gran mayoría de las pequeñas propiedades no cuentan con riego, es por esta razón, que en todo el territorio prevalece el cultivo de maíz y solamente producido una vez al año y con bajos rendimientos.

1.2.2. Formulación del problema

¿El Comercio Justo, puede ser ejecutado como una estrategia viable para que los pequeños productores agropecuarios del cantón Penipe generen mayores ingresos económicos en la comercialización de sus productos?

1.2.3. Sistematización del problema

- ¿Cuáles son los principales inconvenientes del sector agropecuario cantonal?
- ¿Existen experiencias de comercialización asociativa en el territorio?
- ¿Las iniciativas productivas locales están vinculadas con los criterios de Comercio Justo?
- ¿Cuáles son los criterios de Comercio Justo que han sido considerados en el cantón?

- ¿El Comercio Justo puede ser una estrategia territorial necesaria para mejorar la producción y comercialización de los principales productos agropecuarios del territorio?

1.3. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

La sostenibilidad de la economía solidaria.

1.4. OBJETO DE ESTUDIO Y CAMPO DE ACCIÓN

1.4.1. Objeto de estudio

Desarrollo económico productivo.

1.4.2. Campo de acción

Asociatividad como eje impulsor de generación de empleo en condiciones de perdurabilidad y dignidad, para mejora la calidad de vida especialmente de los grupos sociales más desfavorecidos del territorio.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo general

Proponer una estrategia territorial que apoye el desarrollo agropecuario del cantón Penipe, presentando un sistema económico justo, democrático y solidario, fomentando la participación activa de la ciudadanía y la rendición de cuentas permanente.

1.5.2. Objetivos específicos

- Elaborar un diagnóstico situacional del sector agropecuario del cantón Penipe.
- Identificar a los principales actores sociales y su nivel organizativo en el territorio.
- Determinar la vinculación de las iniciativas productivas locales con el Comercio Justo.
- Proponer la estrategia territorial que apoye al desarrollo agropecuario y productivo del cantón Penipe.

1.6. VARIABLES

1.6.1. Variable dependiente

La variable dependiente utilizada fue: Iniciativas productivas (agropecuarias). Los indicadores utilizados fueron:

- Número de organizaciones establecidas.
- Número de productores miembros.
- Cadenas productivas desarrolladas.

1.6.2. Variable independiente

La variable independiente fue: Comercio Justo (principios vinculados a las iniciativas productivas). Los indicadores utilizados fueron:

- Reconocimiento del Comercio Justo.
- Principios del Comercio Justo.

1.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

Para el establecimiento del estudio se tomó como universo a la Población Económicamente Activa del cantón Penipe que se desarrolla dentro del sector primario (agricultura, silvicultura,

caza y pesca, ganadería y crianza de especies menores) de la clasificación propuesta por el Sistema Nacional de Información (2010) para las principales actividades económico productivas, dando un total de 1919 personas.

Debido a la amplitud del universo, de esta cantidad de individuos, se extrajo un segmento, al que denominamos muestra, con el objetivo de optimizar tiempo y recursos.

Para la obtención de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times pqN}{(N - 1)e^2 + Z^2pq}$$

Ecuación 01. Fórmula del cálculo de la Muestra, según muestreo.

Donde:

- Z = nivel de confiabilidad (95% en donde $z = 1,96$)
- p = probabilidad de éxito = 50%
- q = probabilidad de fracaso = 50%
- e = margen de error = 5%
- N = tamaño de la población (1919)
- n = tamaño de la muestra

Dando como resultado:

$$n = \frac{1,96^2 \times (0,5)(0,5)(1919)}{(1919 - 1) 0,05^2 + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 320$$

Ecuación 02. Fórmula con reemplazo de valores.

Las encuestas serán aplicadas a 320 personas pertenecientes al sector primario de la población económicamente activa del cantón Penipe, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

La investigación corresponde a un muestreo aleatorio en donde todos los miembros de la muestra han sido elegidos al azar, de forma que cada miembro de la población tuvo igual oportunidad de salir en la muestra. Además, se estratificó a la población por parroquias (estratos), escogiéndose a los investigados de acuerdo al porcentaje respecto a la población total del cantón Penipe, obteniéndose la siguiente tabla:

Tabla 01. Cantidad de encuestas levantadas por parroquia.

Parroquias	Población PEA sector primario	Porcentaje de la población total	Encuestas
Bayushig	286	14,90	48
Bilbao	82	4,27	14
El Altar	434	22,62	72
La Candelaria	192	10,01	32
Matus	225	11,72	38
Penipe	434	22,62	72
Puela	266	13,86	44
Total	1919	100,00	320

Fuente: Sistema Nacional de Información (2010)

1.8. METODOLOGÍA

En la investigación se sistematizó información de los productores agropecuarios del cantón Penipe, que permitió conocer el estado situacional de las iniciativas productivas vinculadas con el Comercio Justo; partiendo de la investigación, análisis y síntesis de los resultados, una vez que se culminó con el proceso de campo.

Según manifiesta Pinilla (2005), citada por Yáñez (2012) la sistematización es entendida como:

Un proceso de construcción de conocimiento que debe realizarse en los programas de desarrollo que pretenden garantizar mayores niveles de sostenibilidad. La sistematización tiene sentido en la medida que permita generar el conocimiento útil para aquellos(as) involucrados(as) en el programa, y otros(as) que pudieran utilizar dicho conocimiento para desarrollar otras experiencias similares (p.13).

Se recogió información que permitió conocer la capacidad de desarrollo, las oportunidades y potencialidades, así como los recursos disponibles para ello. Se arrancó desde los diagnósticos preexistentes que disponían las diferentes instituciones del Estado, las cuales están basadas en información de base secundaria para conformar un panorama preliminar de la situación local. Además, a estos antecedentes se agregó información recolectada a través de dos mecanismos: encuestas y entrevistas a informantes claves, y observación directa con visitas de campo. Con todos estos aspectos se formuló la idea general de las potencialidades y problemas del territorio para proponer un proceso de desarrollo local.

De esta manera, la investigación se realizó en cuatro fases:

- **Primera fase:** revisión de información (documentos, informes, y cartografía) del cantón Penipe disponible en los gobiernos autónomos descentralizados: provincial, municipal y parroquiales; ministerios competentes al componente productivo, y demás entidades públicas.
- **Segunda fase:** recopilación de información de campo de las fuentes primarias, a través de 320 encuestas realizadas a productores agropecuarios de las diferentes comunidades del territorio.
- **Tercera fase:** se desarrolló la sistematización, análisis y elaboración de resultados de la investigación.
- **Cuarta fase:** se desarrolló la propuesta de estrategia territorial.

1.10. NOVEDAD

El Comercio Justo es un movimiento muy reconocido a nivel mundial por la gran acogida y aporte al desarrollo económico de los pueblos más desfavorecidos. Se dispone de información importante en la Web desde la perspectiva de otras poblaciones en relación al cumplimiento de los criterios establecidos por la Organización Mundial de Comercio Justo.

El presente documento hace un análisis de los factores que han impedido el desarrollo del Comercio Justo en el cantón Penipe, siendo una experiencia que puede ser utilizada por territorios vecinos en el mejoramiento de las condiciones de vida de sus habitantes; pues consistió en la recolección de información desde las fuentes oficiales: productores y productoras, y proponerles

una intervención ya no solo como beneficiarios de los proyectos sino como entes ejecutores de sus propias ideas y emprendimientos. Además de anhelar un espacio donde los agricultores pueden ofrecer directamente sus productos sin intermediarios. Los ciudadanos, las organizaciones, las comunidades, los comerciantes y demás actores sociales, puedan comprar a un precio más razonado y con las mejores condiciones de producción, comercialización e interacción.

CAPÍTULO DOS

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ECONOMÍA SOLIDARIA

2.1.1. Concepto

La Economía Solidaria se trata de una visión y una práctica que reivindica la economía como medio –y no como fin- al servicio del desarrollo personas y comunitario, como instrumento que contribuya a la mejora de la calidad de vida de las personas y de su entorno social. Una concepción que hunde, por tanto, sus raíces en una consideración ética y humanista del pensamiento y de la actividad económica, que coloca a la persona y a la comunidad en el centro del desarrollo. (Askunke, Diccionario de Educación para el Desarrollo, 2007)

Entonces, la Economía Solidaria, se convierte en una herramienta para lograr el buen vivir de los pueblos, proponiendo un movimiento social que prioriza el bienestar de las personas y el cuidado del medio ambiente, evitando la acumulación de capital sin respeto alguno. Propone nuevas políticas, estructuras y prácticas con una serie de valores como el empoderamiento personal, la cooperación, democracia en la toma de decisiones, producción ecológica, equidad, ética, inclusión, solidaridad, sostenibilidad, todos estos en beneficio del desarrollo humano local.

2.1.2. Principios de la Economía Solidaria

La Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria REAS (2013) elaboró la Carta de Principios de la Economía Solidaria, cuyo resumen es el siguiente:

1. Principio de Equidad

- Satisface equitativamente los intereses de todas las personas.
- Respeta todas las personas con dignidad, no los somete a relaciones de dominación sea cual sea su condición (social, género, religión, edad, etnia, idioma, capacidad, etc.).
- Una sociedad más justa se presenta cuando las personas presentan igualdad de derechos y posibilidades, respetando sus diferencias.

2. Principio de trabajo

- El trabajo proporciona una mejor calidad de vida a las personas y a las comunidades, siendo clave en las relaciones comerciales entre los pueblos.
- El trabajo permite el desarrollo de las capacidades de las personas, faculta producir bienes y servicios, así como satisfacer las necesidades básicas de la población.
- Se puede trabajar individual o colectivamente, recibir remuneración o realizar trabajo voluntario; bajo contrato o como autoempleo.
- Reconocer el trabajo de las mujeres.

3. Principio de sostenibilidad ambiental

- Evaluar el impacto ambiental permanentemente de todas las actividades productivas.
- Reducir la huella ecológica producida por el hombre en todas las actividades, implementando formas sostenibles de producción y el consumo responsable.

4. Principio de cooperación

- Impulsar la cooperación dentro y fuera de las organizaciones.
- Implementar un modelo económico basado en el desarrollo de relaciones comerciales justas con la puesta en marcha de valores (igualdad, confianza, responsabilidad, respeto, transparencia, etc.)
- Fomentar el aprendizaje y cooperación entre organizaciones, mediante la colaboración permanente de las personas, tomando decisiones conjuntas y de manera responsable, impulsando la transparencia, y con autonomía.

5. Principio “sin fines de lucro”

- Los proyectos deben ser eficientes y económicamente viables, sostenibles y rentables, para poder reinvertir y distribuir sus beneficios, pues el modelo económico tiene como objetivo el desarrollo integral de la comunidad en general.
- Los resultados obtenidos no solo deben reflejar beneficios económicos, sino también beneficios en el desarrollo humano, social, ambiental y cultural.
- Se debe construir un modelo social solidario y equitativo, pero sobre todo humano.

6. Principio de compromiso con el entorno

- Se busca el desarrollo sostenible del territorio.
- Se desea fortalecer el tejido social del territorio, mediante la cooperación, colaboración, participación e intercambio de saberes de la población.

2.2. ASOCIATIVIDAD

2.2.1. Concepto

Para Maquita Cushunchic MCCH (2015) la asociatividad “son procesos que dinamizan enlaces y articulaciones entre varias personas y organizaciones, en las que se comparten recursos, experiencias y talentos para alcanzar objetivos y metas de beneficio común”.

Un concepto similar maneja la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos “Bio Taita Chimborazo” en el cual incluye “cada persona decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común en las que se comparten recursos, experiencias y talentos para alcanzar objetivos y metas de beneficio común”. (COPROBICH, 2015)

“Es un mecanismo de cooperación entre empresas en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común”. (Rosales, La Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las PyMEs, 1997)

La asociatividad mejora la calidad de la producción, las condiciones del trabajo, así como la productividad. Por ello una organización de productores que mejora la capacidad de gestión del colectivo, puede lograr reducir costos de transacción, de transporte y permite así mismo disponer de una oferta de productos con mayores niveles de respuesta a la demanda. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA, 2008)

2.3. COMERCIO JUSTO

La experiencia ha demostrado que, si no se implementa de una manera justa y responsable, el comercio puede de hecho exacerbar la pobreza y la desigualdad, socavar el desarrollo sostenible y la seguridad alimentaria y generar impactos negativos sobre las culturas locales y sobre los recursos naturales que son vitales. El comercio no es un fin en sí mismo, sino que debe ser un medio para el desarrollo sostenible. (Andrade, 2009)

El movimiento ha confirmado que el comercio realiza una contribución significativa y sostenible en el mejoramiento de las vidas de los productores y trabajadores, al mismo tiempo que protege los recursos naturales y el medio ambiente. (Andrade, 2009)

El comercio justo, ético y solidario constituye una de las pocas alternativas que poseen los pequeños productores rurales de los países en desarrollo para colocar el producto de su trabajo en el mercado internacional. Pese a que el porcentaje de productos comerciados mediante el comercio justo no alcanza el 1% del comercio mundial, éste puede representar un sector en expansión con gran potencial de diversificación, que introduce valores y prácticas comerciales diferenciadas y más sensibles a la realidad de los pequeños productores. No obstante, el comercio justo exige de todos sus actores (productores, mediadores y consumidores) un esfuerzo significativo y condiciones para transformar y mejorar –cuantitativa y cualitativamente- toda la cadena productiva-comercial. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA, 2008)

2.3.1. Concepto

Según World Fair Trade Organization Latin America WFTO-LA (2015):

El Comercio Justo hace referencia a un movimiento social global que promueve otro tipo de comercio, uno basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos, especialmente del Sur. Las organizaciones de Comercio Justo están comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.

Andrade (2009) conceptualizó al Comercio Justo como:

Una solución alternativa al comercio internacional tradicional. Se trata de una asociación comercial que favorece el desarrollo sostenible de los productores excluidos o desfavorecidos garantizando mejores condiciones comerciales, aumentando la sensibilización realizando campañas al efecto. Los criterios que deben cumplir los productos de este tipo de comercio varían según el producto, pero incluyen aspectos tales como la garantía de precios, el pago previo y el pago directo a los productores y sus cooperativas. (p. 106).

Actualmente, su estilo de sistema comercial solidario, respetuoso y justo, lo ha convertido en un movimiento con importancia a nivel mundial. Existen más de 3000 organizaciones/asociaciones de productores en más de 50 países del Sur, y sus productos pueden ser comercializados en miles de tiendas del mundo, especializadas o no en Comercio Justo. Generalmente las universidades, instituciones públicas y privadas organizan y desarrollan debates permanentes para vincular a una mayor cantidad de población. (WFTO-LA, 2015)

Desde una perspectiva Latinoamericana el Comercio Justo adquiere nuevos sentidos y se le entiende como una forma de cambio estructural que permite humanizar la actividad económica y enfrentar los problemas de la pobreza, la marginación e injusticia, no se trata solo de una relación comercial entre el Norte y el Sur, sino que adquiere una dimensión territorial y local que compromete relaciones entre personas. (Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, 2015)

2.3.2. Antecedentes (Cronología)

Desde una visión retrospectiva, es posible situar por lo menos tres generaciones del Comercio Justo, plasmadas a continuación:

Tabla 02. Cronología del Comercio Justo.

Primera generación		Segunda generación		Tercera generación	
Año	Evento	Año	Evento	Año	Evento
1964	OXFAM creó “Fair Trade Organisation”, primera importadora de Comercio Justo en los Países Bajos.	1988	Se crearon las primeras marcas de Comercio Justo en los Países Bajos: “TransFair”, “Fair Trade Mark” y “Max Havelaar”.	2000’s	Los productores comparten el capital con las organizaciones comercializadoras y coordinan entre sí estrategias de mercado, lo que les brinda la alternativa de participar como socios en las empresas de Comercio Justo.
1967	Las organizaciones S.O.S. Wereldhandel, The Alternative Trade Organisatie y Stichting Ideeel (las dos últimas de Holanda) empezaron a importar artesanías del Tercer Mundo.	1989	Se creó la Federación Internacional de Comercio Alternativo IFAT que reúne a organizaciones de Comercio Justo de África, Europa, Asia, Australia, Norteamérica y Sudamérica.		Los productores pasan a ser parte de los procesos de comercialización.
1969	Se creó en Holanda (Breukelen) la primera tienda de Comercio Justo	1990	Se estableció la EFTA, la cual reúne a 12 importadoras encargadas del 60% de las		

	llamada “Tienda de Solidaridad”.		importaciones de Comercio Justo en Europa.
70’s	Se difundieron redes de tiendas por toda Europa.	1997	La International Fair Trade Labelling Organization (FLO) es la encargada de coordinar algunas marcas existentes de Comercio Justo, especialmente en Australia, Japón, estados Unidos y Europa.
1973	Uno de los productos emblemáticos del Comercio Justo fue el café, importado desde cooperativas de Guatemala y México.		
80’s	Se realizaron campañas de sensibilización y promoción de los productos de Comercio Justo, con el fin de asegurar consumidores y clientes fijos.		
80’s	La calidad de los productos mejoró y las variedades aumentaron: se incorporaron mezclas de café, muchos tipos de té, miel, cacao, azúcar, nueces, artesanías, entre otros.		

Fuente: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA (2008)

2.3.3. Principales objetivos

La Coordinadora Estatal de Comercio Justo (2006), en su documento “ABC del Comercio Justo” describe los siguientes objetivos:

- Mejorar la forma de vida de los productores incrementando su acceso al mercado, reforzando las organizaciones de productores, pagando un precio justo y proporcionando una continuidad en las relaciones comerciales.
- Promocionar las oportunidades de desarrollo para productores desfavorecidos, especialmente mujeres e indígenas, y proteger a los niños de la explotación a la que se ven forzados dentro del proceso productivo.
- Concienciar a los consumidores de los efectos negativos que tiene el comercio internacional en los productores y productoras, así como del poder que pueden ejercer como consumidores.

- Establecer un ejemplo de relación comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto.
- Promover campañas para cambiar las reglas y prácticas del comercio convencional internacional.
- Proteger los derechos humanos promoviendo la justicia social, las prácticas medioambientales sanas y la seguridad económica. (p. 7)

Andrade (2009) sintetiza los objetivos del Comercio Justo así:

- Garantizar para los trabajadores un salario justo.
- Mejorar las condiciones de seguridad e higiene del lugar de trabajo.
- Fomentar la igualdad de oportunidades para las mujeres.
- Proteger los derechos de los niños.
- Salvaguardar las minorías étnicas.
- Preservar el medio ambiente.

El modelo propuesto ofrece un sistema comercial en que productores, comerciantes y consumidores comparten las ganancias de manera igualitaria. Para conseguir estas metas, el Comercio Justo brinda a los productores marginados un mercado protegido y les ayuda a potenciar las capacidades y conocimientos necesarios para entrar en el mercado convencional de las exportaciones (EFTA, 2011)

2.3.4. Criterios o principios

OXFAM Intermón prescribe 10 estándares que deben seguir las organizaciones de Comercio Justo, que son medidos y controlados por un sistema de monitoreo constante que asegure el cumplimiento de los mismos:

- Creación de oportunidades para productores desfavorecidos económicamente
- Transparencia y rendición de cuentas
- Desarrollo de capacidades
- Promoción del Comercio Justo
- Pago de un precio justo
- Compromiso a la equidad de género, a la no discriminación y a la libertad de asociación
- Condiciones de trabajo y prácticas saludables
- Respeto de las normas de trabajo infantil y explotación laboral
- Respeto por el medio ambiente
- Relaciones comerciales justas. (OXFAM Intermón, 2015)

2.3.5. Productos del Comercio Justo

Tradicionalmente, el Comercio Justo se ha centrado fundamentalmente en la comercialización de productos alimenticios, artesanías y objetos de regalo. Sin embargo, con el tiempo se ha expandido la oferta de productos. La diversidad de artículos es cada vez mayor y actualmente son muchas los productos que los consumidores pueden encontrar en las tiendas de Comercio Justo. Estos artículos se basan en el respeto por la identidad cultural de los productores, siguiendo las técnicas tradicionales o autóctonas, bajo un modelo de producción artesanal o semi-industrial:

- **Alimentos:** café, té e infusiones, frutos secos, cacao, azúcar, cereales, arroz, chocolate, galletas, bebidas, mermeladas, pan, ron, vino, vinagre, salsas, miel, especias, dulces, banano, snacks, vegetales, jugos, quinua, cerveza.
- **Textiles:** ropa, bufandas, chales, tapices, pañuelos, delantales, manteles, toallas, colchas, mochilas, alfombras, cortinas, algodón.
- **Artesanía:** bisutería, marroquinería, bolsos, cestas, carteras, jabones, inciensos, útiles de cocina, artículos para el hogar, figuras talladas, máscaras, cerámica y otros objetos decorativos.
- **Muebles:** mesas, sillas, espejos, vitrinas, recibidores, estanterías, armarios, espejos, cómodas, revisteros.
- **Juguetes:** balones de fútbol, móviles, juegos de mesa, muñecas, instrumentos.
- **Material de papelería:** lápices, bolígrafos, estuches, álbumes de fotos, cuadernos, hojas, marcapáginas, pisapapeles, postales de Navidad.
- **Cosmética:** productos naturales para la higiene y el cuidado personas como cremas, jabones, aceites, desodorantes.
- **Flores** (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2006)

2.3.6. Organización Mundial del Comercio Justo

La Organización Mundial de Comercio Justo (World Fair Trade Organization – EFTO), es la red mundial de organizaciones de Comercio Justo. Sus miembros representan a toda la cadena de suministro del Comercio Justo, desde la producción hasta la venta, y tienen una naturaleza variada. Sus miembros son cooperativas y asociaciones de productores, compañías de mercado y exportación, importadores, comerciantes mayoristas y minoristas, redes nacionales y regionales de Comercio Justo e instituciones financieras, dedicadas a promover los principios de Comercio Justo. (World Fair Trade Organization Latin America, 2015).

Figura 01. Sello de la Organización Mundial de Comercio Justo.



Fuente: World Fair Trade Organization Latin America (2015)

El actual equipo directorio de la Organización es el siguiente:

Tabla 03. Directorio de la Organización Mundial de Comercio Justo.

Nombre	Cargo	País	Institución
Rudi Dalvai	Presidente	Italia	CTM Altromercado
Ana Asti	Vicepresidente y Representante de WFTO Latinoamérica	Brasil	Onda Solidaria
Johny Joseph	Secretario y Representante de WFTO Asia	India	Creative Handicrafts
Malcom Curtis	Representante de WFTO Europa	UK	Shared Interest
Fredrick Masinde Ovanje	Representante de WFTO África	Kenya	Undugu
Geoff White	Representante de WFTO Pacífico	Nueva Zelanda	Trade Aid
Bob Chase	Miembro independiente	Estados Unidos	SERRV International
Mona El Sayed	Miembro independiente	Egipto	Fair Trade Egypt
Roopa Mehta	Miembro independiente	India	Sasha Exports

Fuente: World Fair Trade Organization Latin America (2015)

2.3.7. Principales actores (Cadena Solidaria)

El sistema de Comercio Justo o Comercio Alternativo es una iniciativa para crear canales comerciales innovadores, dentro de los cuales la relación entre partes se orienta al logro del desarrollo sustentable y sostenible de la oferta. Se orienta hacia el desarrollo integral, con sustentabilidad económica, social y ambiental, respetando la idiosincrasia de los pueblos, sus culturas, sus tradiciones y los derechos humanos básicos. (Andrade, 2009)

- Garantizar un funcionamiento democrático en la toma de decisiones de la organización productora y una redistribución de los beneficios a los trabajadores que favorezca una mejora de sus condiciones de vida y de la comunidad.
- Respetar los derechos humanos y garantizar que no existe explotación infantil.
- Asegurar la participación en condiciones de igualdad de mujeres y hombres, tanto en la retribución como en la toma de decisiones.
- Velar por el medio ambiente en la producción y comercialización.
- Producir con calidad y primar la transformación del producto en origen.
- Garantizar la transparencia en cuanto a la gestión, la producción y la formación de precios.

b. Organizaciones importadoras

Se trata de cooperativas, ONG y empresas que compran productos de artesanía o alimentación a productores desfavorecidos y los distribuyen a las tiendas de Comercio Justo y al comercio convencional. Pagan por ellos un precio establecido de común acuerdo con los grupos productores y financian por adelantado, lo que les permite vivir dignamente y acceder a oportunidades de desarrollo económico y social.

También participan en campañas de sensibilización y de presión política dirigidas a reivindicar la necesidad de introducir criterios éticos en las relaciones comerciales.

Las importadoras de Comercio Justo:

- Buscan un contacto directo con los productores, eliminando intermediarios innecesarios que encarecen el precio final.
- Pagan un precio justo: que cubra los costes de producción (materias primas, mano de obra) y permita al productor un margen para invertir en el desarrollo de la comunidad o de la organización productora (plus de sostenibilidad).
- Prefinancian al menos un 50% de la importación.
- Favorecen las relaciones a largo plazo con los productores.
- Además de la relación comercial, la importadora se compromete a dar asesoramiento y capacitación para el desarrollo de los productos y el acceso a nuevos mercados.

- Son transparentes e informan sobre el origen de los productos a las tiendas.
- Realizan actividades de sensibilización y presión política.

Aproximadamente existen más de 200 organizaciones dedicadas a la importación de productos del Comercio Justo.

c. Tiendas de Comercio Justo

Son las que hacen llegar el producto de Comercio Justo hasta los consumidores. Venden fundamentalmente productos de Comercio Justo y se comprometen a realizar una labor de divulgación y sensibilización sobre los principios del Comercio Justo, con especial atención a los beneficios de este comercio para los productores.

Muchas ONG y asociaciones abren tiendas apoyadas por voluntarios que colaboran con la gestión y en la venta. También hay particulares que como forma de autoempleo deciden abrir una tienda. Algunas tiendas de Comercio Justo venden además ropa de segunda mano, libros y productos biológicos o ecológicos.

Las tiendas de Comercio Justo no son únicamente puntos de venta en los cuales el consumidor adquiere estos productos, sino que además son la voz de los productores del Sur y tienen como objetivo acercar a los consumidores y a los productores a través de actividades y campañas de sensibilización, información, presión y denuncia.

Las tiendas de Comercio Justo:

- Informan al público sobre sus objetivos, el origen de los productos, los productores y el comercio en general.
- Participan en campañas para mejorar la situación de los productores y para influir en las políticas nacionales e internacionales.
- Son abiertas y transparentes en su estructura y actividades.
- Están atendidas por personal, sea empleado o voluntario, comprometido con los objetivos del Comercio Justo.
- Posibilitan que las personas que están en las tiendas participen en las decisiones que les afectan.

d. Consumidores

Son los eslabones que cierran la cadena solidaria. Su poder de compra contribuye a mejorar las condiciones de vida de los productores e influye para cambiar las condiciones injustas del mercado convencional. Al ejercer un consumo responsable, no solo valoran el precio de los productos sino también las condiciones sociales y ecológicas en que han sido fabricados.

Igualmente, importante es el apoyo a las campañas de las organizaciones de Comercio Justo destinadas a promover cambios políticos y económicos a escala internacional, para acabar con las situaciones de explotación y establecer unas relaciones comerciales equitativas.

Su papel es el de un ciudadano responsable y participe de los problemas sociales, ecológicos y económicos derivados de los sistemas actuales de producción y consumo. Puede incidir de una otra forma en lo que se produce, compra y promociona. (IICA, 2008).

Un consumidor responsable sería aquel que:

Es consciente del poder de su consumo para elegir determinados productos elaborados con dignidad por productores asociados de la región de la ciudad. Busca que su consumo genere solidaridad y no es indiferente ante la explotación o la injusticia social. Su consumo lo hace sobre la idea de mejorar las condiciones de vida de los productores y también como un aporte de carácter social a la equidad. (Espanica, 2007).

De esta manera, el consumidor, debe manejarse como un sujeto crítico, constructivo, consciente y conocedor de los principios del Comercio Justo.

CAPÍTULO TRES

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL CANTÓN PENIPE

3.1. DIAGNÓSTICO ECONÓMICO-PRODUCTIVO

3.1.1. Datos generales del cantón

Tabla 04. Datos generales del cantón Penipe.

Datos generales	Cantón Penipe
Fecha de creación	9 de febrero de 1984
Población total (2014)	7032 habitantes
Extensión	37094,68 ha (370,95 km ²)
Límites	Norte: cantones Pelileo y Baños; Sur: cantones Riobamba y Pablo Sexto; Este: cantón Palora; Oeste: Río Chambo
Rango altitudinal	2160 a 5319 m.s.n.m.
Parroquias	Bayushig, Bilbao, El Altar, La Candelaria, Matus, Penipe y Puela

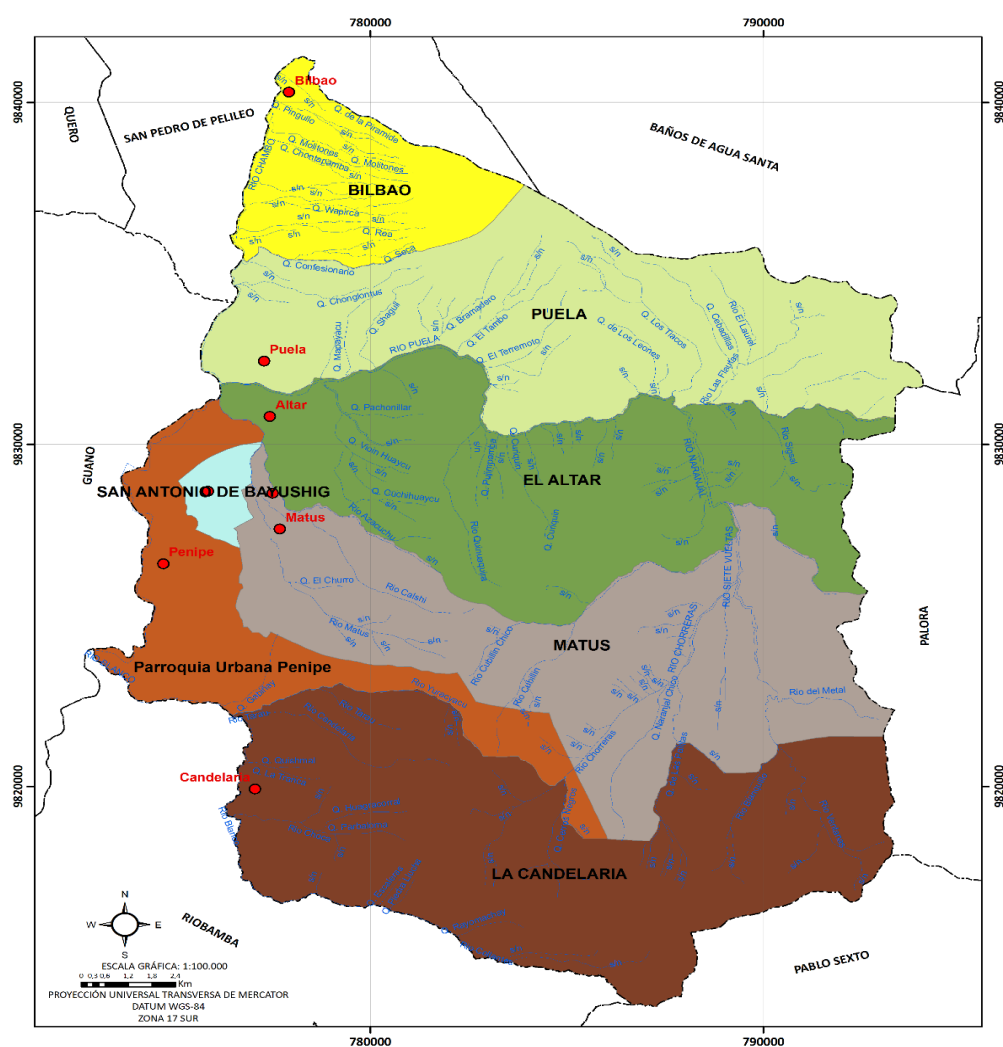
Fuente: SENPLADES (2014)

Penipe se encuentra ubicado al noreste de la provincia de Chimborazo, en la sierra central del Ecuador; limita al norte con los cantones Pelileo y Baños de la provincia de Tungurahua; al sur con los cantones Riobamba de la provincia de Chimborazo y Pablo Sexto de la provincia de Morona Santiago; al este con el cantón Palora de la provincia de Morona Santiago y al oeste con el Río Chambo.

Con una superficie de 370,95 km², Penipe es el cantón menos poblado a nivel provincial. El cantón está conformado por 7 parroquias: 1 parroquia urbana llamada Penipe y 6 parroquias rurales llamadas Bayushig, Bilbao, El Altar, La Candelaria, Matus y Puela; con sus respectivas comunidades. Posee un rango altitudinal que va desde los 2160 msnm en las orillas del Río Chambo, hasta los 5319 msnm en las cumbres del nevado El Altar, principal atractivo turístico del

territorio; gracias a la irregularidad de los relieves existe una amplia diversidad de microclimas, cultivándose desde frutales de clima templado hasta tubérculos de clima frío.

Mapa 01. División política del cantón Penipe.



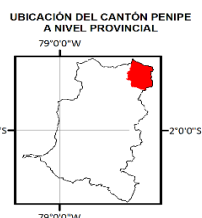
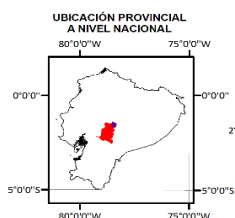
LEYENDA

División Parroquial

- BILBAO
- PUELA
- EL ALTAR
- Parroquia Urbana Penipe
- LA CANDELARIA
- SAN ANTONIO DE BAYUSHIG
- MATUS

SIMBOLOGÍA

- Centros Parroquiales
- Red Hídrica



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL DESARROLLO LOCAL Y COMUNITARIO

INICIATIVAS PRODUCTIVAS DE COMERCIO JUSTO: CASO CANTÓN PENIPE

MAPA: DIVISIÓN POLÍTICA Y LÍMITES

ELABORADO: ALEJANDRO RÍOS GRANIZO

TUTOR: MSC. EULALIA FLOR

ESCALA REFERENCIAL: 1 : 50.000

SISTEMA WGS84, ZONA 17S

FUENTE: MINISTERIO DEL AMBIENTE, 2014

3.1.2. División parroquial y comunitaria

Tabla 05. División parroquial y comunitaria del cantón Penipe.

Parroquias	Superficie parroquial (ha)	Asentamientos humanos (comunidades)	Superficie asentamientos (ha)	Porcentaje
Bayushig	374,01	Centro Parroquial	108,10	0,29
		Colayuts	41,72	0,11
		La Libertad	35,16	0,09
		Naguantus	118,17	0,32
		Santa Vela	70,88	0,19
Bilbao	2477,35	Centro Parroquial	1340,28	3,61
		Yuibug	1137,08	3,07
El Altar	7427,17	Centro Parroquial	188,26	0,51
		Ayanquil	23,33	0,06
		Azacucho	125,58	0,34
		Ganshi	229,57	0,62
		Pachanillay	741,92	2,00
		Palictahua	229,90	0,62
		Utuñag	5888,64	15,87
La Candelaria	8936,71	Centro Parroquial	1758,18	4,74
		Releche	6426,65	17,32
		Tarau	751,89	2,03
Matus	7473,44	Centro Parroquial	6070,49	16,36
		Calshi	571,90	1,54
		Matus Alto	831,06	2,24
Penipe	3091,15	Centro Cantonal	467,69	1,26
		Gaviñay	-	-
		Guzo	438,12	1,18
		Nabuzo	2029,49	5,47
		Shamanga	155,88	0,42
Puela	7314,87	Centro Parroquial	197,45	0,53
		Anabá	305,79	0,82
		El Manzano	818,27	2,21
		Pungal de Puela	5993,38	16,16
Total	37094,68		37094,68	100,00

Fuente: SENPLADES (2014)

Políticamente el cantón cuenta con 29 asentamientos humanos o comunidades. La parroquia con la mayor extensión es La Candelaria con 8936,71 ha, seguida por la parroquia Matus con 7473,44 ha, la parroquia El Altar con 7427 ha, Puela con 7314,87 ha, Penipe con 3091,15 ha, Bilbao con 2477,35 ha, y finalmente la parroquia Bayushig con 374,01 ha.

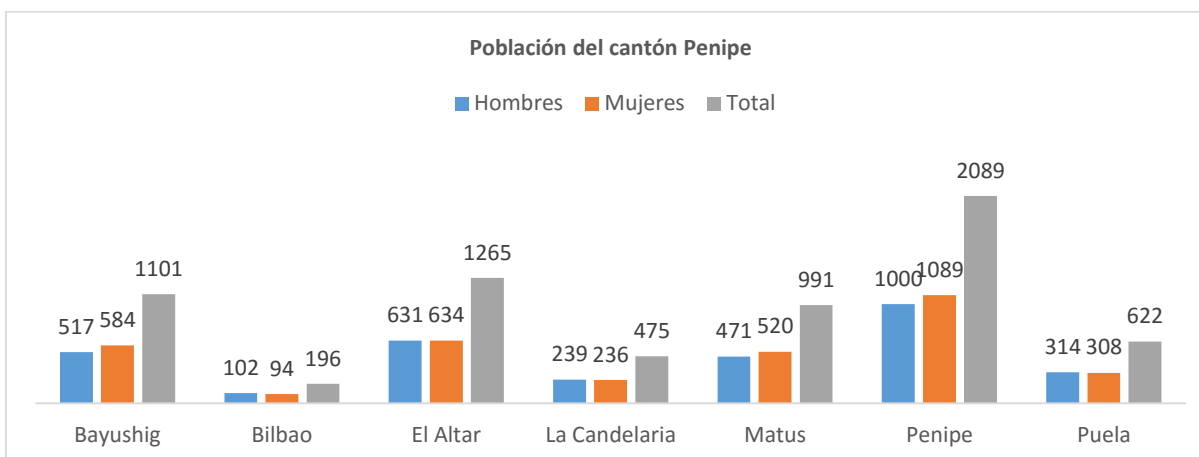
3.1.3. Población

Tabla 06. Distribución de la población del cantón Penipe, por género, año 2010.

Parroquias	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
Bayushig	517	584	1101	16,34
Bilbao	102	94	196	2,91
El Altar	631	634	1265	18,77
La Candelaria	239	236	475	7,05
Matus	471	520	991	14,71
Penipe	1000	1089	2089	31,00
Puela	314	308	622	9,23
Total	3274	3465	6739	100,00
Porcentaje	48,58	51,42	100,00	

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010)

Figura 03. Porcentaje de la población del cantón Penipe, por parroquias.



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010)

De acuerdo al último censo poblacional, el cantón Penipe cuenta con una población de 6739 habitantes de los cuales 3274 son hombres, correspondiendo al 48,58% y 3465 son mujeres, correspondiente al 51,42%. La población está distribuida parroquialmente de la siguiente manera: 1101 habitantes en Bayushig (16,34%), 196 en Bilbao (2,91%), 1265 en El Altar (18,77%), 475 en La Candelaria (7,05%), 991 en Matus (14,71%), 2089 en Penipe (31%) y finalmente 622 en Puela (9,23%).

3.1.4. Potencialidades agropecuarias

a. Clasificación agrológica

Tabla 07. Clasificación agrológica del cantón Penipe.

Clase	Descripción	Superficie (ha)	Porcentaje
I	Tierras sin limitaciones	84,77	0,23
II	Tierras con ligeras limitaciones o con moderadas prácticas de conservación	734,16	1,98
III	Tierras apropiadas para cultivos permanentes, que requieren de prácticas especiales de conservación	616,74	1,66
IV	Tierras con severas limitaciones, cultivables con métodos intensivos de manejo	2958,98	7,98
V	Tierras no cultivables con severas limitaciones de humedad, aptos para pastos	7453,26	20,09
VII	Tierras no cultivables, aptos para fines forestales	7859,22	21,19
VIII	Tierras aptas para conservación de vida silvestre	14802,9	39,91
Nieve		1722,12	4,64
Roca		862,53	2,33
Total		37094,68	100,00

Fuente: Sistema Nacional de Información (2012)

Respecto al potencial agropecuario y a la clasificación agrológica de suelos propuesta por la USDA el cantón Penipe presenta: 84,77 ha (0,23%) pertenecen a la Clase I presentando suelos con muy pocas limitaciones de uso, donde son apropiados los cultivos limpios, son suelos mecanizables, sin

procesos erosivos, profundos, bien drenados y fáciles de trabajar. 734,16 ha (1,98%) pertenecen a la Clase II presentando suelos que requieren moderadas prácticas de conservación, con profundidad efectiva menor a la del suelo ideal. 616,74 ha (1,66%) pertenecen a la Clase III presentando suelos que son apropiados para cultivos permanentes, praderas, plantaciones forestales y ganadería extensiva. 2958,98 ha (7,98%) corresponden a la Clase IV en donde el uso más recomendado es para plantaciones forestales, en los cuales en las zonas húmedas pueden cultivarse en ciclos largos de rotación, mientras que en las zonas áridas son propicios los pastos. 7453,26 ha (20,09%) pertenecen a la Clase V que por la presencia de alta pedregocidad, zonas cóncavas inundables, drenaje impedido, alta salinidad, entre otras, son utilizados para pastoreo extensivo, producción forestal, conservación, paisajismo y recreación. 7859,22 ha (21,19%) corresponden a la Clase VII, son suelos en los cuales su principal uso es la protección de suelos, agua, flora y fauna, siendo solo aptos para mantener coberturas arbóreas permanentes. Finalmente 14802,9 ha (39,91%) pertenecen a la Clase VIII, las cuales son tierras no aptas para ningún uso agropecuario, solo utilizables con fines paisajísticos, recreacionales y de conservación.

b. Uso y cobertura del suelo

Los mosaicos agropecuarios ocupan 10637,77 ha (28,68%) de la superficie total del territorio con una proyección tendiente al incremento. Los cursos de agua ocupan 230,06 ha (0,62%) con una proyección tendiente al aumento en los niveles de agua; factor necesario para la implementación y utilización de sistemas de riego en los campos productivos, lo cual permitirá poner en marcha el desarrollo productivo.

Tabla 08. Uso y cobertura del suelo del cantón Penipe, año 2014.

Uso del suelo	Superficie (ha)	Porcentaje	Proyecciones
Área poblada	619,61	1,67	Aumento de áreas pobladas
Área sin cobertura vegetal	1891,23	5,1	Disminución de áreas sin cobertura
Bosque nativo	9379,95	25,29	Deforestación
Glaciar	882,48	2,38	Aumento del glaciar
Mosaico agropecuario	10637,77	28,68	Aumento de la frontera agrícola
Cursos de agua	230,06	0,62	Aumento de los niveles de agua
Páramo	12862,89	34,68	Disminución del páramo
Plantación forestal	270,2	0,73	Aumento de las plantaciones forestales
Vegetación arbustiva	320,51	0,86	Aumento de la vegetación arbustiva
Total	37094,68	100,00	

Fuente: Ministerio del Ambiente (2014)

c. Superficie productiva**Tabla 09.** Superficie productiva (mosaicos agropecuarios) del cantón Penipe.

Parroquias	Superficie productiva (ha)	Porcentaje
Bayushig	278,22	2,62
Bilbao	988,79	9,29
El Altar	1983,92	18,65
La Candelaria	1788,09	16,81
Matus	1725,76	16,22
Penipe	1992,32	18,73
Puela	1881,74	17,69
Total	10638,84	100,00

Fuente: Ministerio del Ambiente (2014)

La superficie productiva total del cantón Penipe es de 10638,84 ha. La parroquia con la mayor superficie productiva es Penipe con 1992,32 ha correspondientes al 18,73%.

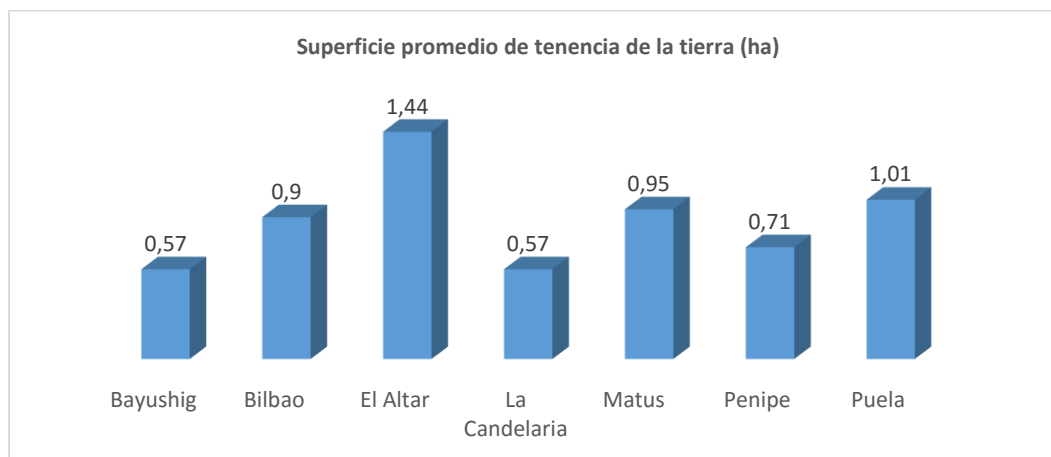
d. Tenencia de la tierra

Tabla 10. Tenencia de la tierra promedio en el cantón Penipe.

Parroquias	Superficie productiva (ha)	Tenencia de la tierra (ha)
Bayushig	278,22	0,57
Bilbao	988,79	0,90
El Altar	1983,92	1,44
La Candelaria	1788,09	0,57
Matus	1725,76	0,95
Penipe	1992,32	0,71
Puela	1881,74	1,01
Total	10638,84	0,88

Fuente: MAGAP, Censo Nacional Agropecuario (2014)

Figura 04. Superficie promedio de tenencia de la tierra (ha).



Fuente: MAGAP, Censo Nacional Agropecuario (2014)

La tenencia promedio de la tierra en el cantón Penipe es de 0,88 ha, es decir, aproximadamente 8800 m² de superficie para las diferentes actividades agropecuarias. La parroquia con la mayor tenencia promedio es El Altar con 1,44 ha; seguida por Puela con 1,01 ha; Matus con 0,95 ha; Bilbao con 0,90; Penipe con 0,71 ha; finalmente Bayushig y La Candelaria con 0,57 ha.

La excesiva división de los predios productivos no ha sido controlada con anterioridad por las autoridades locales; está condicionante, desfavorece al desarrollo del sector productivo, pues, en el territorio la presencia de agricultura y ganadería extensiva es escasa, predominando las actividades en espacios reducidos más para el consumo familiar.

Una buena administración de la tenencia de la tierra puede garantizar la viabilidad económica y la sostenibilidad del medio ambiente. Sin una tenencia segura, los campesinos tienen poco o ningún acceso a créditos, a vincularse a organizaciones productoras o servicios agrícolas. La mala administración de la tenencia de la tierra con frecuencia debilita la seguridad alimentaria de los pueblos, limita las condiciones de vida por la poca o escasa producción, generando pobreza.

Si dividimos el número de hectáreas consideradas como mosaicos agropecuarios por la cantidad promedio de tenencia de la tierra, como resultado obtenemos que en el cantón Penipe existen alrededor de 12090 unidades de producción; hipotéticamente cada unidad de producción debería estar representada por un campesino, dando un total de 12090 productores campesinos en el cantón. Esta suposición no concuerda con la realidad del territorio debido a que según el Sistema Nacional de Información (2010) apenas existen 1919 productores; esto significa que la tenencia de la tierra varía significativamente entre los pequeños y grandes productores; situación que se comprueba fácilmente en las comunidades, pues mientras algunos propietarios poseen más de 5 ha (50000 m²) existen otros propietarios que poseen apenas 0,1 ha (1000 m²).

Territorialmente, una de las comunidades más afectadas por este desequilibrio en la tenencia de la tierra es Releche. En visitas realizadas al asentamiento humano se constató que mientras existen aproximadamente 6 familias propietarias de toda la comunidad poseen escrituras en las cuales los límites llegan prácticamente hasta los deshielos del Nevado El Altar; existen alrededor de 20 familias de campesinos (población que reside permanentemente en la comunidad) que no poseen espacio suficiente para producir cultivos o pastos y tampoco pueden arrendar; por lo que obligadamente se dedican a trabajar como jornaleros o vaqueros en estas grandes haciendas, o se trasladan hacia otras parroquias para trabajar, abandonando temporalmente sus hogares y ocasionando problemas sociales vinculados al abandono de los hijos durante prácticamente todos los días.

e. **Equipamientos e infraestructura para actividades productivas**

Tabla 11. Equipamientos e infraestructura para actividades productivas.

Parroquias	Comunidades	Tractor	Silos	Centros de acopio	Mercado	Camal
Bayushig	Centro Parroquial	X			X	
Bilbao	Centro Parroquial					
El Altar	Centro Parroquial	X				
La Candelaria	Centro Parroquial	X				
Matus	Centro Parroquial	X				
Penipe	Centro Cantonal	X			X	
Puela	Centro Parroquial	X				
Total						

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Penipe (2015)

Casi todas las parroquias, excepto Bilbao, cuentan con un tractor administrado por el GAD Parroquial Rural. La maquinaria permanece ocupada la mayor cantidad de tiempo debido a que el servicio es permanente. Para hacer uso de ello, los pobladores de la jurisdicción, deben inscribirse con anterioridad en las oficinas administrativas de los GAD para reservar un cupo previo a la fecha de utilización. Los aperos y complementos de la maquinaria en muchos de los casos son insuficientes, requieren de mantenimiento o ya han cumplido el tiempo de vida útil, por lo que se hace necesaria su adquisición.

No existen silos en el territorio y no se requiere de su implementación, puesto que la mayor cantidad de grano producido es comercializado en tierno, por ejemplo, el maíz, principal producto local, es entregado en los mercados en forma de choclo y muchas veces vendido en la misma chacra. La cantidad de semilla almacenada de igual manera es reducida, son pocos los kilogramos guardados de una cosecha a otra y los productores locales cuentan con sus propias técnicas de almacenamiento. También es importante manifestar que en todo el cantón no se producen harinas de manera comercial; la mayor cantidad de población, compra harina producida en otros cantones, por ejemplo: de machica, de haba, de arveja, etc.

No existen centros de acopio; la debilitada capacidad asociativa de los productores ha impedido concretar la construcción de centros de acopio agrícolas. En cuanto a la producción de

leche, existen queseras locales y recolectoras de cantones aledaños que recogen la producción diaria a seleccionadas familias. Los técnicos del MAGAP del territorio mencionan que una de las estrategias para 2016 por parte de la institución es la implementación de un centro de acopio para maíz y otro para leche, en sectores estratégicos.

Existen dos mercados de productores, la dinámica de consumo y venta local, ha habituado a la población que funcione de manera parcial únicamente los días domingos. Las condiciones del sitio, en el caso del cantón Penipe fueron deficientes, los productos se encontraban a la intemperie y solamente contaban con techo, fueron afectados durante años por el viento, polvo, sol, lluvia, entre otros, esto motivó a las autoridades de turno, contratar la construcción de una nueva infraestructura; en el caso de Bayushig, el mercado ofrece condiciones adecuadas puesto que no tiene muchos años de ser construido.

Además, casi la totalidad de la producción es entregada principalmente a los intermediarios que trabajan en el Mercado Mayorista de la ciudad de Riobamba, Esto ocasiona que no exista seguridad alimentaria, pues los alimentos producidos con mejor calidad salen de la jurisdicción ingresando otros productos que son no tradicionales provenientes de otras ciudades y a precios más elevados. No existen camales locales; la comercialización y faenamiento de animales mayores se realiza en la ciudad de Riobamba ocasionando que los recursos económicos no regresen al territorio. Respecto a las especies menores y aves, cada familia cuenta con sus propios animales, sin la necesidad de comprarlas, salvo casos especiales como son fiestas familiares o de la comunidad.

f. Riego

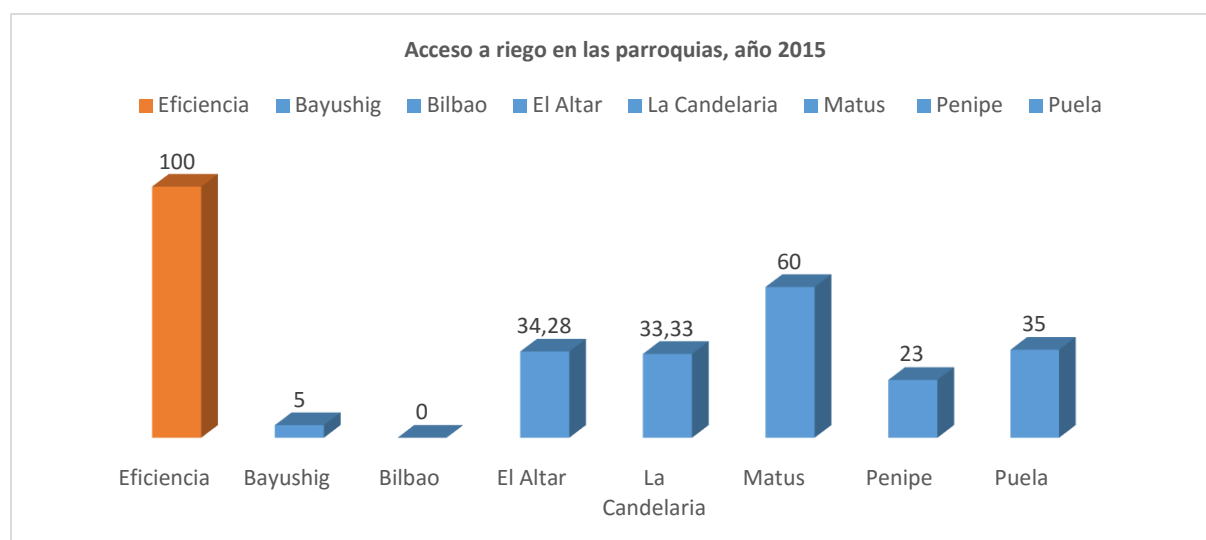
Tabla 12. Estado situacional del riego en el cantón Penipe, año 2015.

Parroquias	Comunidades	Acceso a riego			Tipo de riego		
		Si	No	Porcentaje	Gravedad	Goteo	Aspersión
Bayushig	Centro Parroquial	X		20,00	X		
	Colayuts	X		5,00	X		
	La Libertad		X				
	Naguantus		X				
	Santa Vela		X				
	Promedio			5,00			
Bilbao	Centro Parroquial		X				
	Yuibug		X				
	Promedio			0,00			
El Altar	Centro Parroquial		X				
	Ayanquil	X		30,00	X		
	Azacucho	X		90,00			X
	Ganshi	X		20,00	X		
	Pachanillay	X		100,00			X
	Palictahua		X				
	Utñag		X				
	Promedio			34,28			
La Candelaria	Centro Parroquial	X		100,00			X
	Releche		X				
	Tarau		X				
	Promedio			33,33			
Matus	Centro Parroquial	X		90,00			X
	Calshi	X		90,00			X
	Matus Alto		X				
	Promedio			60,00			
Penipe	Centro Cantonal	X		20,00	X		
	Gaviñay		X				
	Guzo	X		75,00			X
	Nabuzo	X		20,00			X
	Shamanga		X				
	Promedio			23,00			
Puela	Centro Parroquial	X		20,00			X
	Anabá	X		20,00			X
	El Manzano	X		80,00			X

Pungal de Puela	X	20,00	X
Promedio		35,00	
Total		27,23	

Fuente: Recorrido de campo (2015), encuestas de campo (2015)

Figura 05. Acceso a sistemas de riego en las parroquias, año 2015.



Fuente: Recorrido de campo (2015), encuestas de campo (2015)

Apenas en teoría el 27,23% del territorio cantonal cuenta con acceso a sistemas de riego, los cuales no han sido evaluados para poder determinar su eficiencia en la producción. La parroquia Bayushig accede al 5%, Bilbao no cuenta con riego, El Altar con el 34,28%, La Candelaria con el 33,33%, Matus con el 60% siendo la parroquia con la mayor superficie regada, Penipe con el 23% y finalmente Puela con 35%.

Es importante manifestar que los GAD Provincial, Municipal y Parroquiales Rurales están trabajando en la implementación de sistemas de riego en diferentes comunidades; pero hasta el momento en el cual se realizó la investigación de campo, no pudieron ser entregadas.

El propósito del Plan Nacional de Riego y Drenaje impulsado por el Gobierno Nacional hasta el 2017 es ampliar la cobertura y mejorar la eficiencia del riego, mediante el fortalecimiento de las organizaciones regantes. El Plan prevé fortalecer la institucionalidad y mejorar las

capacidades del Estado. Además, promueve la redistribución equitativa de los caudales desde un enfoque de derecho para garantizar la calidad y cantidad de agua para riego, la cual, según los datos de las fuentes oficiales, abastece adecuadamente al territorio cantonal.

No se cuenta con un número exacto de hectáreas regadas por los sistemas debido a que no se dispone de información y a que fueron construidos hace muchos años.

3.1.5. Redes viales

Tabla 13. Redes viales del cantón Penipe.

Parroquia	Principal (km)	Secundaria (km)	Terciaria (km)	Calles (km)	Roderas (km)	Total (km)	Porcentaje
Bayushig	0,00	4,87	10,15	7,86	2,52	25,40	7,34
Bilbao	0,00	6,67	9,09	0,43	8,62	24,81	7,17
El Altar	1,55	14,48	26,66	4,98	14,34	62,01	17,92
La Candelaria	0,00	6,53	6,60	0,88	38,92	52,93	15,30
Matus	0,00	5,06	11,62	2,69	13,31	32,68	9,45
Penipe	7,34	22,11	29,17	7,36	25,67	91,65	26,49
Puela	2,99	6,88	39,00	1,37	6,24	58,48	16,33
Total (km)	11,88	66,60	132,29	25,57	109,62	345,96	100,00
Porcentaje	3,43	19,25	38,24	7,39	31,69	100,00	

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Penipe (2015)

La vía principal posee 11,88 km (3,43%) de longitud, los cuales empiezan desde el puente de ingreso a Penipe desde la ciudad de Riobamba llamado Isidro Ayora hasta el puente de salida en la parroquia Cahuají Bajo es asfaltada, se encuentra en buen estado, pero existen tramos que requieren de mantenimiento.

Las vías secundarias poseen 66,50 km (19,25%) de longitud, conectan a los centros poblados con las parroquias rurales, excepto con Bilbao (afectada por la reactivación del volcán Tungurahua); están asfaltada, se encuentran en excelente estado.

Las vías terciarias poseen 132,29 km (38,24%) de longitud, conectan a los centros poblados con las principales áreas productivas, están adoquinadas y lastradas en su mayoría, se constituyen en los principales medios de salida de los productos agropecuarios; se requiere de intervención y mantenimiento oportuno para mejorar el bienestar de los productores y evitar daños a los productos.

Las vías roderas poseen 109,62 km (31,69%) de longitud, se constituyen en senderos que facilitan el tránsito de productores y animales, desde las vías terciarias hasta las áreas productivas; estas vías son mantenidas permanentemente por los habitantes de las comunidades mediante mingas. La longitud total de las vías del cantón Penipe es de 345 km.

3.1.7. Indicadores económicos

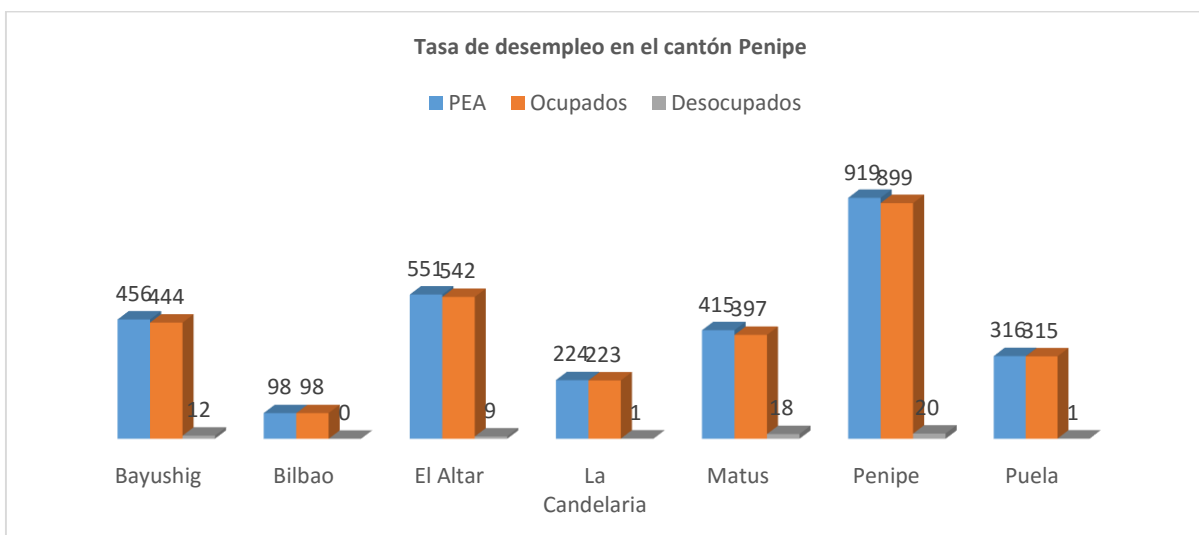
a. Tasa de desempleo

Tabla 14. Población ocupada y desocupada del cantón Penipe, año 2010.

Parroquias	Población de 10 años y más	Población económicamente activa	Población ocupada	Población desocupada	Tasa de desempleo
Bayushig	944	456	444	12	2,63
Bilbao	150	98	98	0	0,00
El Altar	1036	551	542	9	1,63
La Candelaria	398	224	223	1	0,45
Matus	820	415	397	18	4,33
Penipe	1720	919	899	20	2,18
Puela	521	316	315	1	0,32
Total	5589	2979	2918	61	2,05

Fuente: Sistema Nacional de Información (2010, Datos económicos)

Figura 06. Tasa de desempleo del cantón Penipe.



Fuente: Sistema Nacional de Información (2010)

El cantón Penipe cuenta con una población (de 10 años y más de edad) total de 5589 habitantes. Dentro de este grupo, 2979 pertenecen a la población económicamente activa, permaneciendo 2918 ocupados y 61 desocupados, dando como resultado una tasa de desempleo del 2,05; es decir, 2 personas de cada 100 personas en el territorio se encuentran desempleados.

La parroquia con la mayor tasa de desempleo es Matus con 4,33 (20 casos); seguido por Bayushig con 2,63 (12 casos); Penipe con 2,18 (20 casos); El Altar con 1,63 (9 casos); La Candelaria con 0,45 (1 caso) y Puela con 0,32 (1 caso); mientras que en la parroquia Bilbao no se presentaron desempleados.

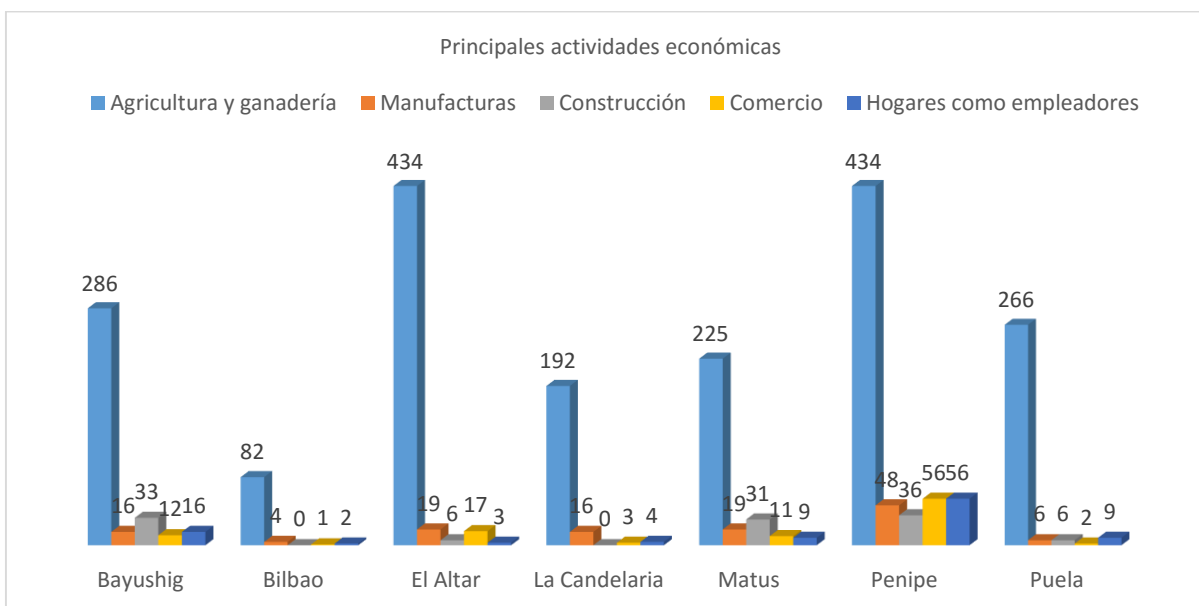
No existe diferencia significativa entre la población económicamente activa con la población ocupada; los habitantes del cantón se dedican a las actividades agropecuarias y están ligadas al comercio durante la mayor parte de su vida. Existen casos de personas que obtienen trabajos en otras ciudades en actividades como el transporte y la construcción, posteriormente una vez que finalizan sus contratos, retornan al territorio y se dedican a producir sus campos o a la crianza de ganado y especies menores.

Además, parroquialmente cierta parte de la población adopta una forma de vida a partir de actividades del diario para poder sobrevivir, en especial los agricultores realizando: siembras,

Comercio al por mayor y menor	12	1	17	3	11	56	2	102
Transporte y almacenamiento	15	2	15	3	16	25	5	81
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	3	0	5	0	1	20	1	30
Información y comunicación	1	0	1	0	1	5	1	9
Actividades financieras y de seguros	0	0	1	0	0	5	0	6
Actividades inmobiliarias	0	0	0	0	0	0	0	0
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1	0	3	0	0	7	1	12
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2	0	2	0	0	5	0	9
Administración pública y de defensa	9	4	11	2	10	37	4	77
Enseñanza	32	1	4	1	6	31	2	77
Actividades de la atención de la salud humana	2	0	8	0	2	14	1	27
Artes, entretenimiento y recreación	0	0	1	0	0	1	1	3
Otras actividades de servicios	2	0	3	1	5	26	1	38
Actividades de los hogares como empleadores	16	2	3	4	9	56	9	99
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	0	0	0	0	0	0	0	0
Subtotal	35	10	74	14	61	288	28	570
Otros sectores								
No declarado	14	2	8	1	59	88	9	181
Subtotal	14	2	8	1	59	88	9	181
Total	444	98	542	223	397	899	315	2918

Fuente: Sistema Nacional de Información (2010)

Figura 07. Principales actividades económicas del cantón Penipe.



Fuente: Sistema Nacional de Información (2010)

En el cantón Penipe, 1919 personas desarrollan sus actividades en el sector primario; 248 personas en el sector secundario; 570 personas en el sector terciario; y finalmente 181 personas no declaran sus actividades. Las principales actividades económicas del territorio en orden de importancia son: agricultura, silvicultura, caza y pesca (a la que añadimos la crianza de especies menores y la ganadería) con 1919 personas; seguida por las industrias manufactureras con 128 personas; la construcción con 112 personas; el comercio al por mayor y menor con 102 personas; las actividades de los hogares como empleadores con 99 personas; el transporte y almacenamiento con 81 personas; la administración pública y defensa conjuntamente con la enseñanza con 77 personas respectivamente; otras actividades de servicios con 38 personas, las actividades de alojamiento y servicio de comidas con 30 personas, entre las más importantes.

En conclusión, la población del cantón Penipe basa su economía en base a la generación de esfuerzo físico y mental que pone al servicio de la fabricación de un bien o en este caso en la producción de materias primas (alimentos).

c. Ingresos económicos promedio de los productores

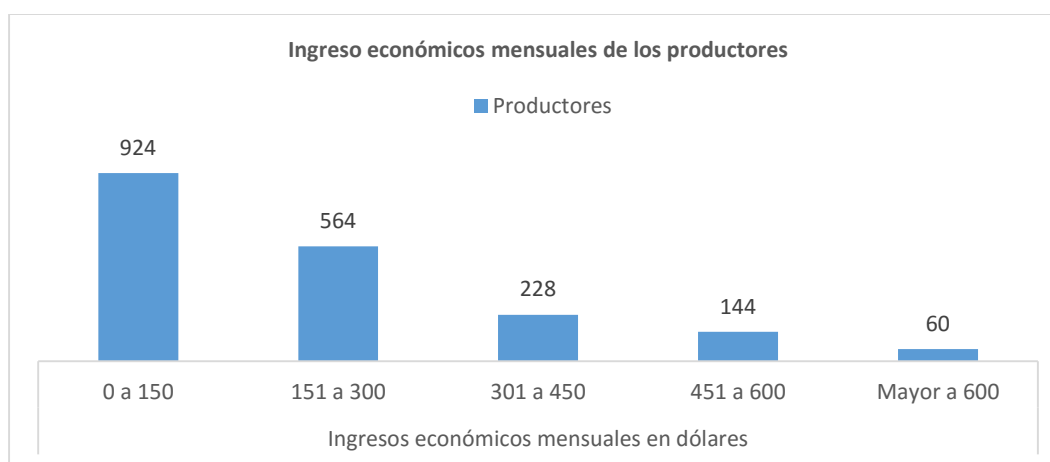
Tabla 16. Ingresos económicos familiares promedio de los productores agropecuarios.

Penipe	Ingresos económicos mensuales en dólares					Total
	0 a 150	151 a 300	301 a 450	451 a 600	Mayor a 600	
Productores	924	564	228	144	60	1919
Total	48,13	29,38	11,88	7,50	3,13	

Fuente: Recorridos de campo (2015), encuestas (2015)

El 48,13% de la población de productores agropecuarios del cantón Penipe generan ingresos mensuales que van hasta los \$150,00; el 29,38% genera hasta \$300,00; el 11,88% genera hasta \$450,00; el 7,50% hasta \$600,00; y apenas el 3,13% supera las barreras de los \$600,00. El salario básico en el Ecuador para el año 2015 fue de \$354,00; esto significa que aproximadamente 89,39% de los productores agropecuarios no generan la remuneración mínima mensual exigida por la ley para los trabajadores del país.

Figura 08. Ingresos económicos mensuales promedio de los productores agropecuarios.



Fuente: Recorridos de campo (2015), encuestas (2015)

d. Acceso a crédito

Tabla 17. Acceso a crédito de los productores del cantón Penipe.

Parroquias	Acceso a crédito		Objeto de crédito (%)			
	Si	No	Agrícola	Consumo	Pecuario	Otros
Bayushig	26	74	34,00	13,00	46,00	7,00
Bilbao	23	77	37,00	12,00	34,00	17,00
El Altar	36	64	51,00	0,00	49,00	0,00
La Candelaria	21	79	33,00	8,00	56,00	3,00
Matus	29	71	29,00	8,00	63,00	0,00
Penipe	23	77	26,00	5,00	53,00	15,00
Puela	18	82	56,00	12,00	19,00	12,00
Total	25,14	74,85	38,00	8,28	45,71	7,71

Fuente: MAGAP, Censo Nacional Agropecuario (2014)

Otro factor clave en la producción es el acceso a crédito. El 25,14% de los productores acceden a crédito en las diferentes instituciones financieras (bancos, cooperativas, cajas comunitarias, entre otras), mientras que el 74,85% no accede. De la población que accede al crédito, 45,71% lo realiza con fines pecuarios (adquisición de animales, vitaminas, medicinas, insumos, equipos, balanceado); el 38,00% con fines agrícolas (adquisición de semillas, fertilizantes, insumos, pago de mano de obra); el 8,28% para consumo (adquisición de electrodomésticos, materiales de construcción, transporte); y finalmente el 7,71% lo utiliza con otros fines.

3.1.7. Principales productos

a. Productos agrícolas

Los principales cultivos agrícolas en orden de importancia por su presencia en las comunidades son: maíz, presente en 29; seguido por papa, presente en 21; fréjol en 16; manzana, presente en 13; mora, presente en 8; y finalmente, haba en 6 comunidades.

Tabla 18. Localización de los principales productos agrícolas del cantón Penipe, año 2015.

Parroquia	Comunidad	Maíz	Papa	Fréjol	Manzana	Mora	Haba
Bayushig	Centro Parroquial	X		X	X		
	Colayuts	X		X	X		
	La Libertad	X	X	X	X		
	Naguantus	X		X	X	X	
	Santa Vela	X	X		X		X
Bilbao	Centro Parroquial	X	X	X		X	
	Yuibug	X	X	X			
El Altar	Centro Parroquial	X	X	X	X	X	
	Ayanquil	X	X	X	X		
	Azacucho	X	X	X	X		
	Ganshi	X			X	X	
	Pachanillay	X	X	X	X	X	
	Palictahua	X	X		X	X	
	Utuñag	X	X	X			X
La Candelaria	Centro Parroquial	X	X				X
	Releche	X	X				X
	Tarau	X	X				X
Matus	Centro Parroquial	X	X				
	Calshi	X					
	Matus Alto	X	X		X	X	
Penipe	Centro Cantonal	X					
	Gaviñay	X	X				
	Guzo	X		X			
	Nabuzo	X	X				
	Shamanga	X	X				X
Puela	Centro Parroquial	X		X			
	Anabá	X	X	X	X		
	El Manzano	X	X	X			
	Pungal de Puela	X	X	X		X	

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Penipe (2015)

Por su variedad de climas y relieves, también están siendo cultivados de manera técnica una gran variedad de productos como: zanahoria, frutilla, tomate de árbol, babaco, tomate riñón, arveja, granadilla, hortalizas, entre otros; pero con una menor presencia en las comunidades debido a la escases de agua por la baja eficiencia de sistemas de riego.

Las variedades cultivadas de cada especie dependen de las condiciones climáticas de cada comunidad y de las preferencias de los consumidores en los mercados donde son comercializados al final de la cadena productiva. Permanentemente los productores reciben apoyo y seguimiento técnico por parte del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca; se ha trabajado temas relacionados con producción orgánica, elaboración de abonos orgánicos, mejoramiento de semillas, capacitaciones técnicas, entre otros.

b. Superficie cultivada aproximada

Tabla 19. Superficie aproximada cultivada con los principales productos agrícolas, año 2014.

Parroquias	Superficie productiva	Superficie cultiva (ha)							%
	(ha)	Maíz	Papa	Fréjol	Manzana	Mora	Haba	Total	
Bayushig	278,22	139,39	12,21	1,58	59,76	1,73	2,28	216,95	2,04
Bilbao	988,79	25,53		2,4		4,47		42,4	0,40
El Altar	1938,92	178,37	58,03		23,87	13,93		274,2	2,58
La Candelaria	1788,09	78,07	30,15				1,5	109,72	1,03
Matus	1725,76	210,78	31,95	0,23	22,5	4,5		269,96	2,54
Penipe	1992,32	173,05	366,05	6,98	26,07		2,5	574,65	5,40
Puela	1881,74	738,89	137,61			3,74		880,24	8,27
Total	10638,84	1544,08	636	21,19	132,2	28,37	6,28	2368,12	22,26

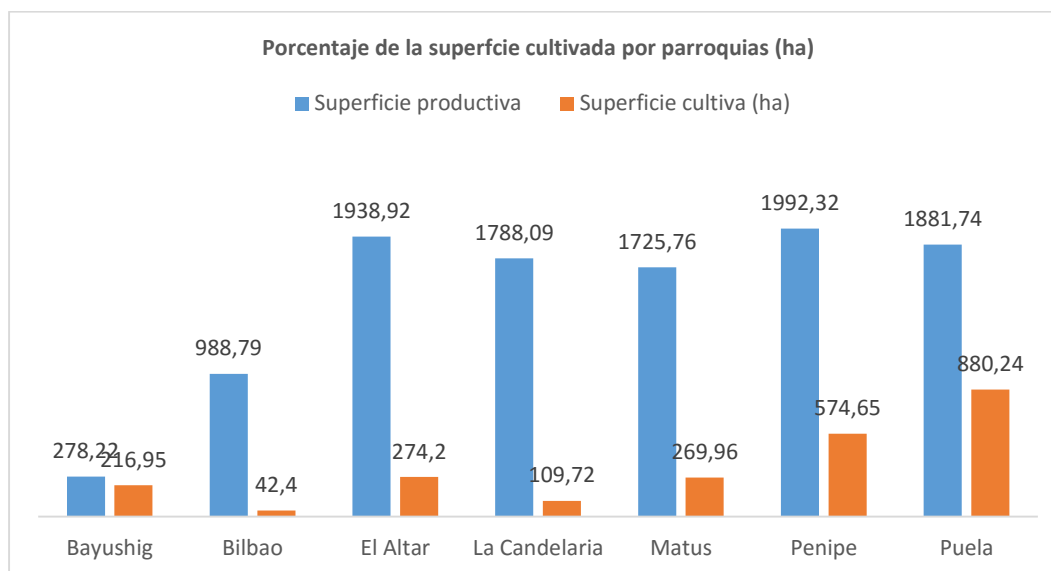
Fuente: MAGAP, Censo Nacional Agropecuario (2014)

Apenas el 22,26% de la superficie productiva total (10638,84 ha) fueron cultivadas con los principales productos agrícolas dando un total aproximado de 2368,12 ha. En la parroquia Bayushig fueron cultivadas 216,95 ha; en Bilbao 42,4 ha; en El Altar 274,2 ha; en La Candelaria 109,72 ha; en Matus 269,96 ha; en Penipe 574,65 ha y finalmente en Puela 880,24 ha.

En orden de importancia, el maíz fue cultivado en un total de 1544,08 ha; la papa en 636 ha; la manzana en 132,2 ha; la mora en 28,37 ha; el fréjol en 21,19 ha; y finalmente el haba en 6,28 ha. Además, debemos considerar que en el territorio la producción de forraje para animales, tanto especies mayores y menores, se aproxima a las 1000 ha.

La tabla superior no demuestra la real superficie productiva utilizada, pues al porcentaje expresado (22,26%) se le debería sumar la superficie sembrada con otros cultivos y los pastos para alimentación de los animales detallados en el siguiente literal. Como se había mencionado anteriormente, dependiendo de las condiciones climáticas de las comunidades, en gran parte del territorio también son cultivados de manera aleatoria: cítricos, frutales (durazno, pera, claudia), aguacate, hortalizas, cereales, verduras, tubérculos andinos, entre otros; incrementando el valor de la superficie total cultivada.

Figura 09. Porcentaje de la superficie productiva cultivada con los principales productos.



Fuente: MAGAP, Censo Nacional Agropecuario (2014)

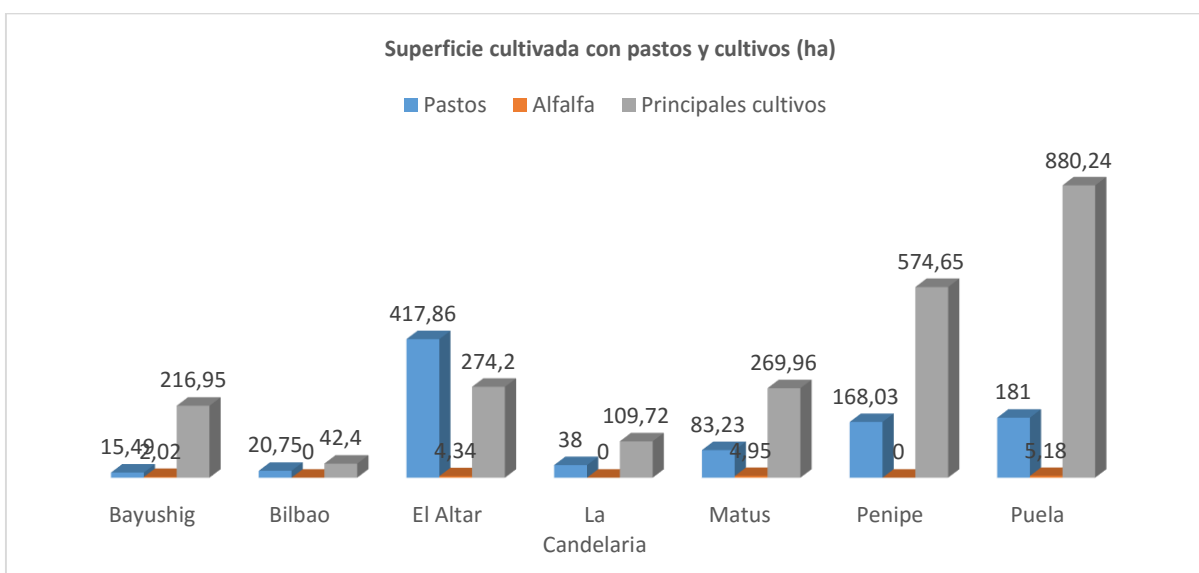
c. Producción de pastos

El 8,84% del total de la superficie productiva fue cultivada con los pastos para la alimentación de animales. La parroquia con el mayor porcentaje de superficie cultivada fue El Altar, con aproximadamente 422,20 ha correspondientes al 3,97%.

Tabla 20. Producción de pastos en el cantón Penipe, año 2014.

Parroquia	Superficie productiva (ha)	Pastos		Alfalfa		Total	
		(ha)	Porcentaje	(ha)	Porcentaje	(ha)	Porcentaje
Bayushig	278,22	15,49	0,15	2,02	0,02	17,51	0,16
Bilbao	988,79	20,75	0,20	0	0,00	20,75	0,20
El Altar	1938,92	417,86	3,93	4,34	0,04	422,20	3,97
La Candelaria	1788,09	38	0,36	0	0,00	38	0,36
Matus	1725,76	83,23	0,78	4,95	0,05	88,18	0,83
Penipe	1992,32	168,03	1,58	0	0,00	168,03	1,58
Puela	1881,74	181,00	1,70	5,18	0,05	186,18	1,75
Total	10638,84	924,36	8,69	16,49	0,15	940,85	8,84

Fuente: MAGAP, Censo Nacional Agropecuario (2014)

Figura 10. Superficie cultivada con pastos y principales productos agrícolas.

Fuente: MAGAP, Censo Nacional Agropecuario (2014)

d. Productos pecuarios

Tabla 21. Localización de los principales productos pecuarios del cantón Penipe.

Parroquia	Comunidad	Ganado bovino	Ganado ovino	Ganado porcino	Aves	Especies menores
Bayushig	Centro Parroquial	X		X	X	X
	Colayuts	X		X	X	X
	La Libertad	X	X	X	X	X
	Naguantus	X	X	X	X	X
	Santa Vela	X	X	X	X	X
Bilbao	Centro Parroquial	X	X	X	X	X
	Yuibug	X		X	X	X
El Altar	Centro Parroquial	X		X	X	X
	Ayanquil	X	X	X	X	X
	Azacucho	X	X	X	X	X
	Ganshi	X		X	X	X
	Pachanillay	X		X	X	X
	Palictahua	X		X	X	X
	Utuñag	X	X	X	X	X
La Candelaria	Centro Parroquial	X	X	X	X	X
	Releche	X	X	X	X	X
	Tarau	X		X	X	X
Matus	Centro Parroquial	X	X	X	X	X
	Calshi	X		X	X	X
	Matus Alto	X	X	X	X	X
Penipe	Centro Cantonal	X		X	X	X
	Gaviñay	X		X	X	X
	Guzo	X		X	X	X
	Nabuzo	X	X	X	X	X
	Shamanga	X	X	X	X	X
Puela	Centro Parroquial	X		X	X	X
	Anabá	X	X	X	X	X
	El Manzano	X	X	X	X	X
	Pungal de Puela	X	X	X	X	X

Fuente: MAGAP, Censo Nacional Agropecuario (2014)

En las actividades agropecuarias, la ganadería es uno de los rubros de mayor importancia. La crianza de ganado bovino, porcino, aves y especies menores se desarrolla en el 100% del territorio la crianza de ganado ovino se desarrolla en 16 comunidades. Además, en el cantón se desarrolla la piscicultura y la crianza de ganado caprino de manera dispersa.

En gran parte del territorio predominan prácticas pecuarias tradicionales con sistemas de manejo basados en el trato indiscriminado del suelo, con bajos niveles de aprovechamiento de los alimentos como de los animales, sin consolidar la capacitación y asistencia técnica como ente de apoyo para la producción.

e. Oferta animal aproximada

Tabla 22. Oferta animal aproximada del cantón Penipe, año 2014.

Parroquia	Ganado bovino	Ganado ovino	Ganado porcino	Aves	Especies menores	Producción de leche (litro/día)
Bayushig	175	47	230	1700	1420	371
Bilbao	310	10	98	350	500	200
El Altar	3170	85	770	4680	6350	1495
La Candelaria	1868	87	51	1730	900	1568
Matus	2120	45	250	1650	3000	1036
Penipe	1850	157	938	2160	2050	495
Puela	782	119	145	7439	4250	540
Total	10275	550	2479	19709	18470	5705

Fuente: MAGAP, Censo Nacional Agropecuario (2014)

Existen aproximadamente 10275 cabezas de ganado bovino, 550 cabezas de ganado ovino, 2479 cerdos, 19709 aves y 28470 especies menores; cada una de ellos cumpliendo con los fines productivos correspondientes a la especie y a la situación del mercado (carne, doble propósito, huevos, crías, etc.).

La producción aproximada de leche diaria bordea los 5705 litros. La parroquia con la mayor producción fue La Candelaria, seguida por El Altar, Matus, Puela, Penipe, Bayushig y finalmente

Bilbao, con aproximadamente 200 litros. Es necesario que se implementen buenas prácticas en las explotaciones lecheras para salvaguardar la salubridad, la calidad y la inocuidad de la leche cruda de tal manera que se pueda satisfacer las necesidades de esta industria. La calidad de los animales influye en la producción diaria, pues casi la totalidad de los hatos existentes son considerados como criollos y no han existido prácticas de mejoramiento intensivas. El MAGAP a través de sus técnicos de la estrategia “Hombro a Hombro” está impulsando la inseminación artificial y el mejoramiento de pastos, pero lamentablemente la población no se compromete en el cumplimiento de las actividades planificadas.

3.2. ORGANIZACIONES (ACTORES SOCIALES)

3.2.1. Productores

Tabla 23. Número de productores agropecuarios del cantón Penipe.

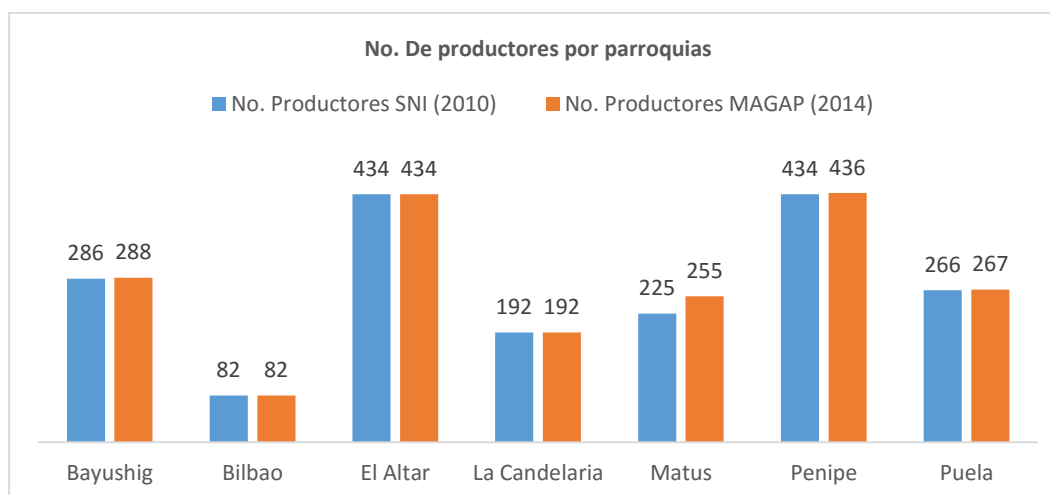
Parroquias	No. Productores		
	SNI (2010)	MAGAP (2014)	Porcentaje (2014)
Bayushig	286	288	14,74
Bilbao	82	82	4,20
El Altar	434	434	22,21
La Candelaria	192	192	9,83
Matus	225	255	13,05
Penipe	434	436	22,31
Puela	266	267	13,66
Total	1919	1954	100,00

Fuente: MAGAP, Censo Nacional Agropecuario (2014); Sistema Nacional de Información (2010)

Consideremos a los productores como el primer escalón de las cadenas productivas al ser los responsables directos de la dinámica económica de los territorios. El número de productores del cantón Penipe no ha variado significativamente entre los años 2010 a 2014 entre las diferentes fuentes de información. Las parroquias con la mayor cantidad de productores son Penipe y El

Altar con el 22%, seguidas por la parroquia Bayushig con el 15%, Puela con el 14%, Matus con el 13%, La Candelaria con el 10%, y finalmente la parroquia Bilbao con apenas el 4%.

Figura 11. Porcentaje de productores presentes en el cantón Penipe.



Fuente: MAGAP, Censo Nacional Agropecuario (2014)

3.2.2. Organizaciones

a. Comunidades

Tabla 24. Comunidades del cantón Penipe.

Parroquia	Comunidad	Personería jurídica	Acuerdo ministerial	Fecha	Presidente
Bayushig	Centro Parroquial	X	741	6 diciembre 1954	Tlgo. Gonzalo Hernández
	Colayuts	X	192	18 noviembre 2009	Sr. Javier López
	La Libertad	X	25	11 enero 1994	Martha Guamán
	Naguantus	X	3420	26 abril 1951	Sr. Daniel López
	Santa Vela	-	-	-	

Bilbao	Centro Parroquial	X	736	30 junio 1995	Sr. Méntor Rosero
	Yuibug	X	38	27 enero 1995	Sra. Bertha Barrera
El Altar	Centro Parroquial	X		Documento quemado	Sr. Miguel Martínez
	Ayanquil	X	1726	30 septiembre 1957	Sr. Segundo Gavidia
	Azacucho	X	5783	17 abril 1960	Sr. Juan Gavidia
	Ganshi	X	1738	17 abril 1969	Dr. Humberto Rivera
	Pachanillay	X	3418	26 abril 1951	Sr. Marcelo Mariño
	Palictahua	X	700	08 mayo 1953	Sr. Holguer Guamán
	Utuñag	X	114	01 diciembre 1938	Sr. Juan Haro
La Candelaria	Centro Parroquial	X	498	04 agosto 1994	Sr. René Chávez
	Releche	X	279	29 agosto 2001	Sr. Carlos Imba
	Tarau	-	-	-	
Matus	Centro Parroquial	X	628	02 diciembre 1944	Sr. César Once
	Calshi	X	1177	28 febrero 1946	Ing. Silvio Balseca
	Matus Alto	X	1178	28 febrero 1946	Sr. Luis Toapanta
Penipe	Centro Cantonal	X	680	09 febrero 1984	Sr. Robin Velasteguí
	Gaviñay	X	160	07 diciembre 1992	Sra. María Guamán
	Guzo	X	139	08 febrero 1938	Lcdo. Iván Acosta
	Nabuzo	X	133	04 febrero 1938	Sr. Mauro Herrera
	Shamanga	X	701	08 mayo 1953	Sra. Hortencia González
Puela	Centro Parroquial	X	350	22 abril 1897	Sra. María Balseca
	Anabá	X	1043	16 mayo 1973	Sr. Freddy Zurita
	El Manzano	X	1044	16 mayo 1973	Sr. Pablo Sánchez
	Pungal de Puela	X	1045	16 mayo 1973	Sr. Patricio Flores

Fuente: Recorrido comunidades (2015)

En el cantón Penipe, el primer nivel organizativo y que ha sido considerado importante en la ejecución de proyectos de desarrollo, son las comunidades. Normalmente, una comunidad está conceptualizada en el caso ecuatoriano como “un grupo de familias que controlan recursos variados (individuales y comunales) y un sistema ecológico micro diversificado, desarrollan relaciones de cooperación, principalmente en base al parentesco consanguíneo o ritual, para beneficio común”. (Martínez, 1987).

Este nivel organizativo ha permitido la implementación durante muchos años de proyectos de desarrollo con impactos positivos de nivel global (de la jurisdicción), como son los proyectos de vialidad, servicios básicos y en algunos casos de riego desarrollados años atrás; en la gran mayoría de los casos la comunidad ha apoyado su ejecución con la prestación de mano de obra a través de las mingas, las cuales SON OBLIGATORIAS.

En el caso de los proyectos productivos, la comunidad no participa efectivamente en su coordinación, ejecución y seguimiento. El alto nivel de ausentismo se debe a la avanzada edad de los habitantes que permanecen permanentemente en el territorio, pues la mayoría de personas jóvenes se trasladan hacia la ciudad de Riobamba para trabajar o estudiar, y generalmente regresan los fines de semana. En este caso, las instituciones trabajan preferentemente con productores organizados.

b. Organizaciones productivas

Tabla 25. Organizaciones productivas en funcionamiento y que están trabajando conjuntamente con el MAGAP, año 2015.

Nombre	Parroquia	Comunidad	Reconocimiento	Beneficiarios	Hombre	Mujer	Rubro principal	Superficie (ha)	Rubro secundario	Superficie (ha)
Asociación ASOBUYUS	Bayushig	Colaytus	IEPS	42	6	36	Bovinos de leche	50	Porcinos	30
Asociación ASOSANBAY	Bayushig	Naguantus	IEPS	20	5	15	Maíz	15	Frutales	15
Asociación Agropecuaria El Altar ASOAGROALT	El Altar	Centro Parroquial	-	45	20	25	Frutales	14	Maíz	15
Asociación de Productores Agropecuarios ASOAGROBIL	Bilbao	Centro Parroquial	-	60	40	20	Bovinos de leche	45		
Comité de Desarrollo Comunitario Nabuzo Bajo	Penipe	Nabuzo	MIES	38	22	16	Maíz	20	Papa	5
Comunidad Gaviñay	Penipe	Gaviñay	MAGAP	74	38	36	Bovinos de leche	85	Especies menores	3
Centro Parroquial La Candelaria	La Candelaria	Centro Parroquial	-	60	20	40	Bovinos de leche	100	Porcinos	20
Centro Parroquial Matus	Matus	Centro Parroquial	MAGAP	40	25	15	Bovinos de leche	120	Porcinos	10
Comunidad Matus	Matus	Centro Parroquial	MAGAP	60	25	35	Maíz	15	Papa	5
Comunidad Releche	La Candelaria	Releche	MAGAP	20	8	12	Papa	8	Maíz	5

Comunidad Utuñag	El Altar	Utuñag	MAGAP	40	25	15	Bovinos de leche	60	Truchas	0,02
Comunidad Pachanillay	El Altar	Pachanillay	MAGAP	25	15	10	Bovinos de leche	50		
Comunidad Manzano	Puela	El Manzano	MAGAP	15	12	3	Bovinos de leche	30		
Comunidad Ayanquil	El Altar	Ayanquil	MAGAP	25	15	10	Maíz	15	Papa	5
Comunidad Palictahua	El Altar	Palictahua	MAGAP	16	10	10	Frutales	10	Maíz	10
Comunidad Anabá	Puela	Anabá	MAGAP	25	15	10	Maíz	15		
Total				605	301	308		652		123,02

Fuente: MAGAP (2015)

Las organizaciones mencionadas en la tabla anterior no han trabajado los temas de comercialización e industrialización.

Tabla 26. Resumen organizaciones productivas (beneficiarios).

Nombre	Beneficiarios			
	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
Asociación ASOBUYUS	6	36	42	2,15
Asociación ASOSANBAY	5	15	20	1,02
Asociación Agropecuaria El Altar ASOAGROALT	20	25	45	2,30
Asociación de Productores Agropecuarios ASOAGROBIL	40	20	60	3,07
Comité de Desarrollo Comunitario Nabuzo Bajo	22	16	38	1,94
Comunidad Gaviñay	38	36	74	3,79
Centro Parroquial La Candelaria	20	40	60	3,07
Centro Parroquial Matus	25	15	40	2,05
Comunidad Matus	25	35	60	3,07
Comunidad Releche	8	12	20	1,02
Comunidad Utuñag	25	15	40	2,05
Comunidad Pachanillay	15	10	25	1,28
Comunidad Manzano	12	3	15	0,77
Comunidad Ayanquil	15	10	25	1,28
Comunidad Palictahua	10	10	16	0,82
Comunidad Anabá	15	10	25	1,28
Total	301	308	605	30,96

Fuente: MAGAP (2015)

Tabla 27. Resumen organizaciones productivas (superficie-rubros).

Nombre	Superficie (ha)			
	Rubro 1	Rubro 2	Total	Porcentaje
Asociación ASOBUYUS	50	30	80	0,75
Asociación ASOSANBAY	15	15	30	0,28
Asociación Agropecuaria El Altar ASOAGROALT	14	15	29	0,27
Asociación de Productores Agropecuarios ASOAGROBIL	45		45	0,42
Comité de Desarrollo Comunitario Nabuzo Bajo	20	5	25	0,23
Comunidad Gaviñay	85	3	88	0,83
Centro Parroquial La Candelaria	100	20	120	1,13
Centro Parroquial Matus	120	10	130	1,22
Comunidad Matus	15	5	20	0,19
Comunidad Releche	8	5	13	0,12
Comunidad Utuñag	60	0,02	60,02	0,56
Comunidad Pachanillay	50		50	0,47
Comunidad Manzano	30		30	0,28
Comunidad Ayanquil	15	5	20	0,19
Comunidad Palictahua	10	10	20	0,19
Comunidad Anabá	15		15	0,14
Total	652	123,02	775,02	7,28

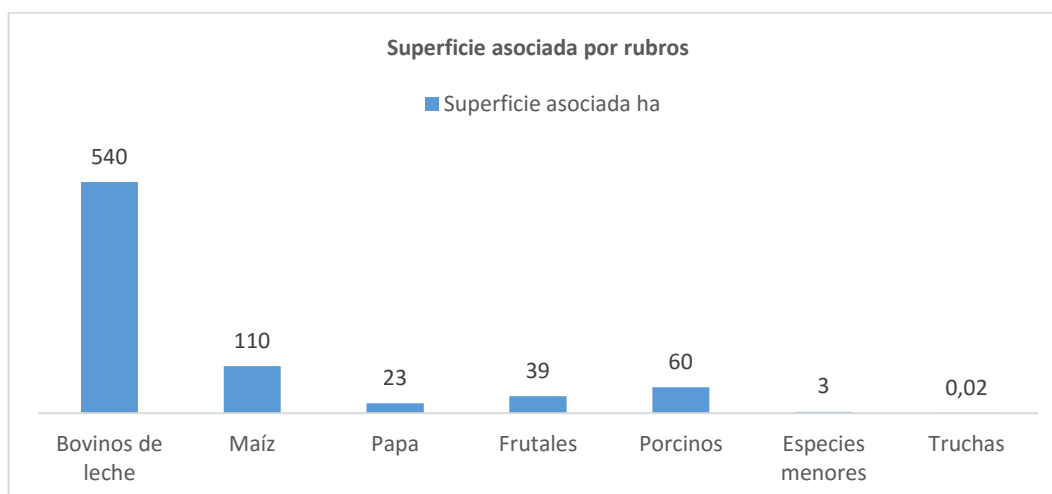
Fuente: MAGAP (2015)

Tabla 28. Resumen organizaciones productivas (fines).

Fines/rubros de la organización	No. Casos presentes	Superficie asociada		Porcentaje de la superficie productiva
		ha	Porcentaje	
Bovinos de leche	8	540	69,68	5,08
Maíz	7	110	14,19	1,03
Papa	4	23	2,97	0,22
Frutales	3	39	5,03	0,37
Porcinos	3	60	7,74	0,56
Especies menores	1	3	0,39	0,03
Truchas	1	0,02	0,00	0,00
Total		775,02	100,00	7,28

Fuente: MAGAP (2015)

Figura 12. Porcentaje de la superficie asociada por rubro, año 2015.



Fuente: MAGAP (2015)

En el cantón Penipe actualmente existen 16 asociaciones activas que son reconocidas por las diferentes entidades del sector público (MIES, MAGAP, IEPS) o se encuentran tramitando dichos reconocimientos. Estas organizaciones asocian a un total de 605 productores correspondientes al 30,96% de la población total dedicada a las actividades agropecuarias. De este total, 301 son hombres y 308 mujeres. Los fines de las organizaciones en el 100% de los casos son productivos; tienen directa relacionan con el MAGAP pues reciben asistencia y seguimiento técnico permanentemente.

La superficie productiva de los productores asociados es de 775,02 ha correspondiente a apenas el 7,28% de la superficie total productiva (10638,84 ha). Los principales rubros por los cuales los productores se encuentran organizados son: manejo y mejoramiento de bovinos de leche (8 casos), maíz (7 casos), papa (4 casos), frutales (3 casos), porcinos (3 casos), especies menores (1 caso) y truchas (1 caso).

En recorridos de campo realizados en las comunidades, los productores que no pertenecen a organizaciones o que han pertenecido a alguna y han decidido desvincularse, manifiestan que no participan actualmente debido a:

- Desmotivación: pues no han existido logros importantes.
- Ausentismo: la gente participa al principio y con el pasar de las reuniones ya no van.
- Repetitismo: en las reuniones se tratan los mismos temas una y otra vez, sin existir cambios.

- Autoritarismo: los representantes de las organizaciones son malos líderes porque obligan a las personas con pocos conocimientos a votar sin conocer a profundidad el tema.
- Solicitan documentos sin saber para qué trámites son necesarios.
- Solicitan dinero y no realizan rendiciones de cuentas oportunas.
- Las reuniones son aburridas por lo que prefieren seguir en las labores del hogar.
- La avanzada edad les impide trasladarse fácilmente.
- Resentimientos: existen rivalidades entre miembros de la comunidad.
- El beneficio solo es para unos pocos, en general, para los representantes y sus familias.
- No tienen dinero para aportar.
- Tienen problemas de salud.
- Las reuniones se demoran mucho tiempo y la mayor parte de los participantes se atrasan y eso molesta a quienes son puntuales.
- La gente no participa activamente.
- No hay cooperación: al momento de realizar mingas o de obtener un producto los miembros de las organizaciones no son comprometidos con el trabajo o con el requerimiento. Existen personas que no han participado en la minga durante años y no pagan sus multas.
- Pérdidas: generalmente las personas que son representantes tienen que aportar económicamente y dedicar mayor tiempo a la organización, provocando que se descuiden los cultivos y los animales; representa mucha pérdida económica.
- Cambio de directivas: ingresan personas que no tienen capacidad de liderazgo.

3.3. COMERCIO JUSTO

3.3.1. Experiencias de Comercio Justo en el territorio

Lamentablemente no existen experiencias de Comercio Justo en el territorio. El impacto social del movimiento es nulo en el cantón puesto que son muy pocos los productores que han escuchado hablar del tema y algunos relacionan erróneamente los criterios con otros conceptos como vivienda digna.

A nivel nacional e inclusive a nivel provincial existe una amplia gama de experiencias de Comercio Justo. Son muchas las instituciones que han trabajado en el desarrollo del movimiento de Comercio Justo en la provincia de Chimborazo durante años; actualmente existen tiendas especializadas en la ciudad de Riobamba comercializando productos con certificaciones de producción, avaladas internacionalmente; pero que, por las condiciones desfavorables de producción no han permitido que los pequeños productores del cantón Penipe puedan ser parte de esta red de comercialización, a pesar de existir algún grado de asociatividad vinculado al sector productivo.

El propósito de este mercado de pequeños productores es proveer un espacio donde los agricultores puedan ofrecer directamente sus productos sin intermediarios, y que, a su vez, los ciudadanos, las organizaciones comunitarias, los comerciantes y demás, puedan comprar al más bajo precios del mercado, con las mejores condiciones de productos cultivados y con mejores prácticas agrícolas y de producción limpia. También pretende fomentar la cultura asociativa, realizando alianzas estratégicas e insertando competitivamente a los pequeños productores en la cadena agroalimentaria.

En el Anexo se detallan las organizaciones que pertenecen a las diferentes redes.

Pertenecer al Comercio Justo significa para las organizaciones de pequeños productores poder ser representados a nivel local, nacional e internacional y tener carácter de incidencia política, social, medioambiental, cultural, etc., en la generación de políticas públicas en beneficio de los grupos productores más desfavorecidos. Además, las organizaciones miembros se alinean a las filosofías y comparten los valores de democracia y participación, solidaridad, equidad, respeto, transparencia, responsabilidad social y ambiental.

Entre los principales beneficios que reciben las organizaciones destacan: la posibilidad de consolidarse y fortalecerse en organización y operatividad; promocionar sus productos, sus valores y principios e impulsar la generación de alternativas de producción propias que consideren sus realidades; crear espacios de diálogo y de incidencia política; desarrollar estrategias para mejorar la gestión productiva y diversificación de los mercados; asegurar el desarrollo de los ejes transversales de género, cambio climático, seguridad alimentaria, trabajo infantil, seguridad y bienestar laboral; y, sobre todo; obtener mejores ingresos económicos.

Un ejemplo de estos beneficios está plasmado en la misión y visión de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (2015) en su portal de internet:

Misión: “Somos una instancia de representación de organizaciones de pequeños productores demográficamente organizados, dirigida al fortalecimiento y desarrollo de las organizaciones de base, que facilitan asistencia a nuestros miembros, promocionamos nuestros productos, valores e incide en instancias sociales, políticas y económicas, dentro del marco del Comercio Justo”.

Visión: “Es una organización gremial con capacidad fortalecida que brinda asistencia y capacitación a las organizaciones de base, asegurando nuestros ejes transversales, con una participación efectiva de los diferentes actores de la estructura, con nuestra propia alternativa de comercio justo, incidiendo en instancias que generan políticas de desarrollo y comercio, logrando posicionamiento a nivel, nacional e internacional, alcanzando diferenciación y promoción de los productos de nuestros pequeños productores”.

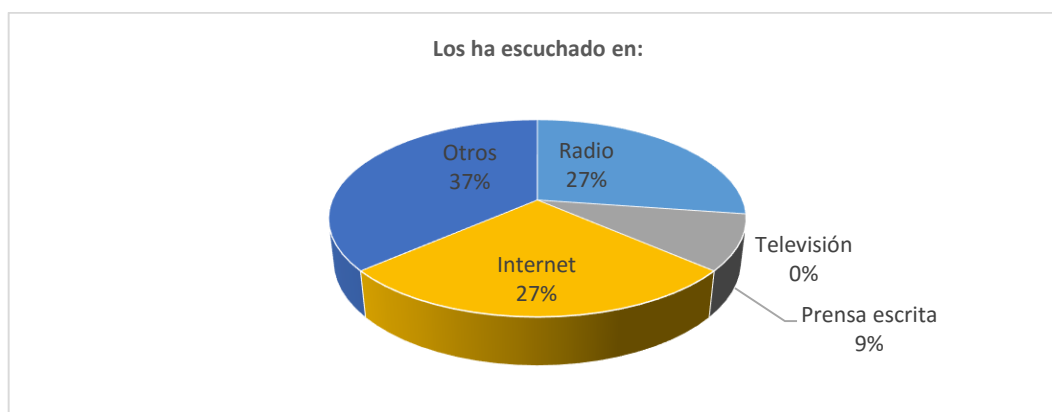
3.3.2. Vinculación con el Comercio Justo

Tabla 29. Vinculación con el Comercio Justo.

Penipe	¿Escuchado sobre Comercio Justo?				Total
	Si	Porcentaje	No	Porcentaje	
Productores	66	3,44	1853	96,56	1919

Fuente: Recorridos de campo (2015), encuestas (2015)

Figura 13. Medio en el cual han escuchado sobre el Comercio Justo.



Fuente: Recorridos de campo (2015), encuestas (2015)

Apenas el 3,44% de la población dedicada a la producción agropecuaria ha escuchado hablar alguna vez en su vida sobre Comercio Justo; mientras que el 96,56% restante nunca lo escuchó. La falta de socialización y vinculación con programas de desarrollo productivo es una de las causas de esta condición.

De la población que ha escuchado sobre el Comercio Justo: el 27% la ha hecho a través de la radio, cuando han salido anuncios e invitaciones en la ciudad de Riobamba; otro segmento de 27% a través del internet, cuando ha tenido que buscar información sobre producción agropecuaria; el 9% a través de la prensa escrita de la ciudad de Riobamba; y, finalmente el segmento más grande de 37%, cuando han asistido a capacitaciones y talleres técnicos en la ciudad de Riobamba.

3.3.3. Vinculación con los criterios de Comercio Justo

Tabla 30. Vinculación con los criterios de Comercio Justo.

Productores que han escuchado Comercio Justo	No. casos	Porcentaje	Porcentaje del total de productores
Con criterios acertados	30	45,45	1,56
Con criterios erróneos	36	54,55	1,88
Total	66	100,00	3,44

Fuente: Recorridos de campo (2015), encuestas (2015)

Figura 14. Porcentaje de productores que efectivamente conocen sobre el Comercio Justo.



Fuente: Recorridos de campo (2015), encuestas (2015)

Tabla 31. Vinculación efectiva con los criterios de Comercio Justo.

Vinculación efectiva con los criterios	No. casos	Porcentaje de los casos	Porcentaje del total de productores
10 criterios	6	20,00	0,05
9 criterios	6	20,00	0,05
8 criterios	0	0,00	0,00
7 criterios	0	0,00	0,00
6 criterios	0	0,00	0,00
5 criterios	12	40,00	0,10
4 criterios	6	20,00	0,05
3 criterios	0	0,00	0,00
2 criterios	0	0,00	0,00
1 criterios	0	0,00	0,00
Total	30	100,00	0,25

Fuente: Recorridos de campo (2015), encuestas (2015)

En el literal anterior se mencionó que apenas el 3,44% (66 personas) de los productores agropecuarios han escuchado hablar alguna vez en su vida sobre el Comercio Justo; pero, ¿qué grado de efectividad tiene haber escuchado sobre el movimiento?

Efectivamente de las personas que han escuchado, tan solo el 45,45% (correspondientes al 1,56% del total de productores: 30) vinculan a los criterios de Comercio Justo con conceptos acertados; mientras que el 54,55% (correspondientes al 1,88%) vinculan a los criterios con conceptos errados como: vivienda digna, migración e incremento del salario básico. De los casos que presentan conceptos errados: el 20% (6 casos) vincula 10 criterios; el 20% vincula 9 criterios; el 40% (12 casos) vincula 5 criterios; y, finalmente el 20% restante vincula 4 criterios.

3.3.4. Algunos criterios de Comercio Justo

a. Acceso al diálogo con las autoridades

Tabla 32. Acceso a diálogo con las autoridades.

Criterios de Comercio Justo	Acceso al diálogo con las autoridades				
	Si	Porcentaje	No	Porcentaje	Total
Penipe	1859	95,90	60	4,10	1919

Fuente: Recorridos de campo (2015), encuestas (2015)

El 95,90% de la población de productores manifiesta que tiene acceso permanente al diálogo con las autoridades, tanto cantonales, parroquiales y comunitarias; mientras que el 4,10% restante manifiesta que no. Algunas de las razones expresadas por este segmento de la población sin acceso son: los representantes no residen en las comunidades y regresan los fines de semana o solo para las reuniones; trabajan en la ciudad de Riobamba o en Penipe y regresan muy tarde; son muy ocupados y no pueden atenderles; y, existen resentimientos varios.

b. Pago justo por los productos

Tabla 33. Pago justo por los productos comercializados.

Criterios de Comercio Justo	Pago justo				
	Si	Porcentaje	No	Porcentaje	Total
Penipe	6	0,05	1913	1913	1919

Fuente: Recorridos de campo (2015), encuestas (2015)

El 100% de los productores manifiesta que no reciben un precio justo al momento de comercializar sus productos, a pesar de que la mayoría son de buena calidad. Manifiestan que son los intermediarios los que se llevan todas las ganancias y que no pueden hacer nada en contra de ellos, pues al momento de la venta se encuentran solos, y no pueden luchar contra los bajos precios impuestos por ellos.

c. Forma de pago

Tabla 34. Forma de pago por los productos.

Criterios de Comercio Justo	Forma de pago				
	Efectivo	Porcentaje	Crédito	Porcentaje	Total
Penipe	1919	100,00	0	0,00	1919

Fuente: Recorridos de campo (2015), encuestas (2015)

Al momento de comercializar los productos en los distintos mercados el 100% de los productores reciben el pago en efectivo.

d. Destino de la producción

Tabla 35. Destino de la producción agrícola del cantón Penipe.

Parroquia	Principales productos	Destino de la producción (%)			Mercado
		Siembra	Autoconsumo	Venta	
Bayushig	Maíz	15,00	40,00	45,00	Riobamba, Penipe
	Manzana	0,00	60,00	40,00	Riobamba
	Mora	0,00	5,00	95,00	Riobamba
Bilbao	Maíz	10,00	15,00	75,00	Ambato, Pelileo, Penipe, Riobamba
	Fréjol	5,00	10,00	85,00	Riobamba
	Mora	0,00	20,00	80,00	Pelileo, Penipe, Riobamba
El Altar	Maíz	5,00	20,00	75,00	Riobamba, Penipe
	Papa	10,00	15,00	75,00	Riobamba
	Mora	0,00	5,00	95,00	Riobamba
La Candelaria	Maíz	5,00	25,00	70,00	Riobamba, Penipe
	Papa	10,00	10,00	80,00	Riobamba, Penipe
Matus	Maíz	10,00	45,00	45,00	Riobamba
	Papa	15,00	10,00	75,00	Riobamba
	Fréjol	10,00	5,00	85,00	Riobamba
Penipe	Maíz	10,00	50,00	40,00	Guayaquil, Riobamba, Penipe
	Papa	10,00	30,00	60,00	Riobamba
	Fréjol	10,00	10,00	80,00	Riobamba
	Haba	10,00	10,00	80,00	Riobamba
Puela	Maíz	5,00	40,00	55,00	Riobamba
	Papa	5,00	10,00	85,00	Riobamba
	Fréjol	5,00	10,00	85,00	Riobamba
	Mora	0,00	10,00	90,00	Riobamba

Fuente: MAGAP, Censo Nacional Agropecuario (2014)

En las diferentes parroquias del territorio la producción obtenida es distribuida y comercializada de acuerdo al requerimiento del producto, por ejemplo, en Penipe, el 10% de la producción total de maíz se destina para la siembra del siguiente año, el 50% para el autoconsumo familiar y el 40% restante para la venta; en el caso de la papa, el 10% se destina para la siembra, el 30% para el autoconsumo y el 60% para la venta, en el mercado mayorista de la ciudad de Riobamba. Es en este punto, donde los pequeños productores manifiestan que reciben pagos injustos por la producción, siendo perjudicados de manera significativa en el precio oficial del mercado.

Tabla 36. Destino de la producción de leche del cantón Penipe.

Parroquia	Destino de la producción (%)				Mercado
	Autoconsumo	Comerciante	Industria propia	Otra industria	
Bayushig	20,00	80,00	0,00	0,00	Riobamba, Penipe
Bilbao	25,00	75,00	0,00	0,00	Penipe
El Altar	10,00	40,00	10,00	40,00	Riobamba, Penipe
La Candelaria	10,00	90,00	0,00	0,00	Riobamba, Penipe
Matus	10,00	70,00	0,00	20,00	Riobamba, Penipe
Penipe	20,00	60,00	10,00	10,00	Riobamba, Penipe
Puela	40,00	60,00	0,00	0,00	Riobamba, Penipe

Fuente: Visita comunidades (2014)

Situación similar ocurre con la producción de leche, por ejemplo, en la parroquia El Altar, el 10% de la producción total se destina para el autoconsumo, el 40% es entregado al comerciante, el 10% es utilizado por la industria propia en la elaboración de quesos y finalmente el 40% es entregado a otras industrias, especialmente de las ciudades de Riobamba y Penipe. Los pequeños productores manifestaron que el litro de leche es comercializado por debajo del precio oficial, perjudicando de igual manera a los ingresos económicos de las familias.

CAPÍTULO CUATRO

PROPUESTA

IV. ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO AGROPECUARIO ALTERNATIVO DEL CANTÓN PENIPE, 2017 – 2021

Los aspectos que componen la estrategia integran en forma importante y explícita la variable del desarrollo económico local, y en concreto, los aspectos que tienen que ver con fomento productivo, creación de empleo, formación de recursos humanos e infraestructura de apoyo, elementos todos que no han estado, normalmente, presentes en las agendas de los gobiernos locales de América Latina. (Silva, 2003)

Se presenta una estrategia de desarrollo territorial que recoge un conjunto de propuestas a corto, mediano y largo plazo que han sido demandadas de acuerdo a las necesidades de los productores de las siete parroquias, para impulsar de manera coordinada y planificada entre todos los actores sociales la reactivación productiva del cantón Penipe. Esta propuesta en forma de estrategia cuenta con su propia estructura, elementos y procesos.

La elaboración de una agenda de trabajo para los próximos cinco años (2017 – 2021), desde los diferentes grupos de actores, marca nuevos horizontes sobre el desarrollo, pues refleja los requerimientos ciudadanos desde el conocimiento de su realidad e invita a los actores políticos e instituciones a sumarse en este esfuerzo mancomunado de acción conjunta y participativa. Animados por un objetivo común de largo plazo, se debe construir un mejor cantón tanto para los sectores urbanos, rurales, públicos y privados.

Está compuesta por cuatro fases claramente identificadas y que cumplen funciones específicas, en un tiempo determinado para la optimización de recursos:

1. Fortalecimiento organizativo
2. Producción y tecnificación del riego
3. Comercialización asociativa
4. Industrialización y Comercio Justo

Para el cumplimiento de la estrategia se ha definido lo siguiente:

Misión: “La Estrategia de Desarrollo Agropecuario del cantón Penipe, 2017 – 2021, será el motor del sector productivo del territorio que se encargará de apoyar, facilitar, desarrollar e incrementar la producción agrícola y pecuaria, impulsando actividades técnicas y culturales

que permitan el desarrollo de las comunidades y parroquias rurales mediante el incremento sostenible de la producción y de los recursos; sin descuidar temas asociativos, el respeto por el medio ambiente y la tan anhelada industrialización de los productos locales hasta su comercialización a precios razonables”.

Visión: “La Estrategia de Desarrollo Agropecuario del cantón Penipe, 2017 – 2021, para el año 2021, dispondrá de un modelo de gestión eficiente que promueva la industrialización y comercialización de los principales productos producidos localmente, asegurando el crecimiento y desarrollo equitativo de las comunidades rurales, como productores agropecuarios, y del sector urbano, como responsables de la implementación de valor agregado; con sostenibilidad social, económica y ambiental”.

Valores: Los actores sociales se comprometerán a construir un territorio que se desarrolle bajo los siguientes principios y mandatos:

- **Representatividad:** Los participantes lo hacen a nombre de grupos productores y sectores debidamente elegidos y reconocidos por todos, sin carácter de obligatoriedad sino de voluntad, pero con responsabilidad.
- **Corresponsabilidad:** Compartirán responsable y solidariamente la solución de los problemas que se presenten durante la ejecución de la estrategia, siendo activos y críticos de una manera constructiva.
- **Gobernabilidad:** Los acuerdos a los que se lleguen democráticamente en las mesas de trabajo deberán ser acatados por todos los actores, incluso aquellos externos al territorio
- **Respeto:** Es obligación de todos los participantes demostrar un trato amable, cortés y de consideración, valorando todos los criterios e ideas, sugerencias de los participantes; promover la libertad de expresión y el respeto por la naturaleza, utilizando los recursos naturales de forma racional y segura.
- **Cooperación:** Unir esfuerzos en el desempeño de las funciones y actividades que se encaminen al cumplimiento de los objetivos de la estrategia. Promover y generar espacios de cooperación desinteresada; fomentar el trabajo en equipo y comunitario.
- **Eficiencia:** Cumplir con los objetivos y metas planteadas en forma eficaz, eficiente y oportuna.
- **Honestidad:** Ejecutar actividades y funciones de una manera transparente; buscar el beneficio de la sociedad sin propender al aprovechamiento personal o de terceros.

4.1. COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA

4.1.1. Diagnóstico

La siguiente matriz, sistematiza el diagnóstico realizado del territorio del cantón Penipe, exponiendo:

Matriz 01. Matriz de potencialidades, limitaciones y problemas del diagnóstico situacional realizado del cantón Penipe.

Aspectos analizados	Potencial	Limitación	Problemas
<u>Recursos espaciales:</u>			
Ubicación geográfica	Ubicación estratégica, presencia de variedad de climas y suelos.	Gran parte del territorio no es cultivable.	Cercanía al volcán Tungurahua y al nevado El Altar (zonas de alto riesgo)
<u>Recursos naturales y ambientales:</u>			
Clima	Producción de variedad de cultivos y animales.	Gran parte del territorio posee clima frío.	Alta incidencia de sequías en las zonas productivas.
Suelos	El 28,68% del territorio son suelos productivos.	No se dispone de tecnología eficiente (riego y maquinaria).	Apenas el 31,1% de la superficie productiva está aprovechada.
<u>Recursos económico-productivos:</u>			
Sistemas de producción y organización			
- Grado de organización productiva	Cercanía entre comunidades fomenta la organización.	Presencia de malos líderes.	Bajo nivel organizativo (30,96% de productores organizados)
- Existencia de redes entre organizaciones.	Existen 16 organizaciones activas y trabajando.	No existen experiencias de mancomunidad.	Bajo nivel de liderazgo de los representantes.
- Nivel tecnológico de las organizaciones	Apoyo incondicional del MAGAP en la producción.	Poca disponibilidad de recursos económicos.	Tecnologías obsoletas.

- Acceso a financiamiento	El BNF apoya con créditos para la producción.	Riesgos climáticos intimidan a los productores.	Los productores no cuentan con garantías para los préstamos.
Recursos turísticos	Ubicación estratégica en zonas de montaña y biodiversidad.	Reactivación del volcán Tungurahua.	Escasa infraestructura turística.
Recursos tecnológicos	Población joven con capacidad rápida de aprendizaje.	Precios elevados de los recursos tecnológicos.	Baja capacidad adquisitiva de los productores.
<u>Demografía y mercado de trabajo:</u>			
Población	La población económicamente activa es del 44,20%.	Reactivación del volcán Tungurahua.	Migración.
Mercado de trabajo			
- Desempleo	La tasa de desempleo es apenas de 2,05.	Dependencia al sector agropecuario. Precios bajos de los productos.	Bajo nivel educativo.
- Disponibilidad de mano de obra	Disponibilidad de mano de obra en las comunidades.	La población juvenil no permanece en el día en las comunidades.	Bajo nivel de capacitación.
Distribución del ingreso			
- Niveles de ingreso medio por actividad agropecuaria	Incrementando la producción pueden incrementar los recursos.	Bajos precios de los productos agropecuarios.	77,51% de los productores genera ingresos mensuales menores al salario básico.
<u>Infraestructura económica:</u>			
Infraestructura productiva	Disponibilidad de recursos en los GADS del territorio.	Bajo nivel organizativo de los productores.	Infraestructura obsoleta y subutilizada.
Riego	Disponibilidad de agua para riego.	Bajo nivel organizativo de las comunidades.	Sistemas de riego obsoletos, 27,23% del territorio accede a riego.
<u>Aspectos organizativos institucionales:</u>			

Gobierno Municipal	Acceso permanente al diálogo autoridades-población.	Paternalismo.	Bajo nivel de coordinación y cooperación.
Instituciones públicas	MAGAP y otros ministerios apoyan al territorio.	Ausentismo de los productores.	Bajo nivel organizativo.
Sector Académico	Vinculación con las Universidades de la provincia y Escuela del Milenio en el territorio.	Ausentismo de los productores.	Bajo nivel organizativo.

4.1.2. Vocaciones

Una vez que fueron analizadas las estructuras del territorio, las percepciones colectivas de su población y sus recursos, se considera como ideal a:

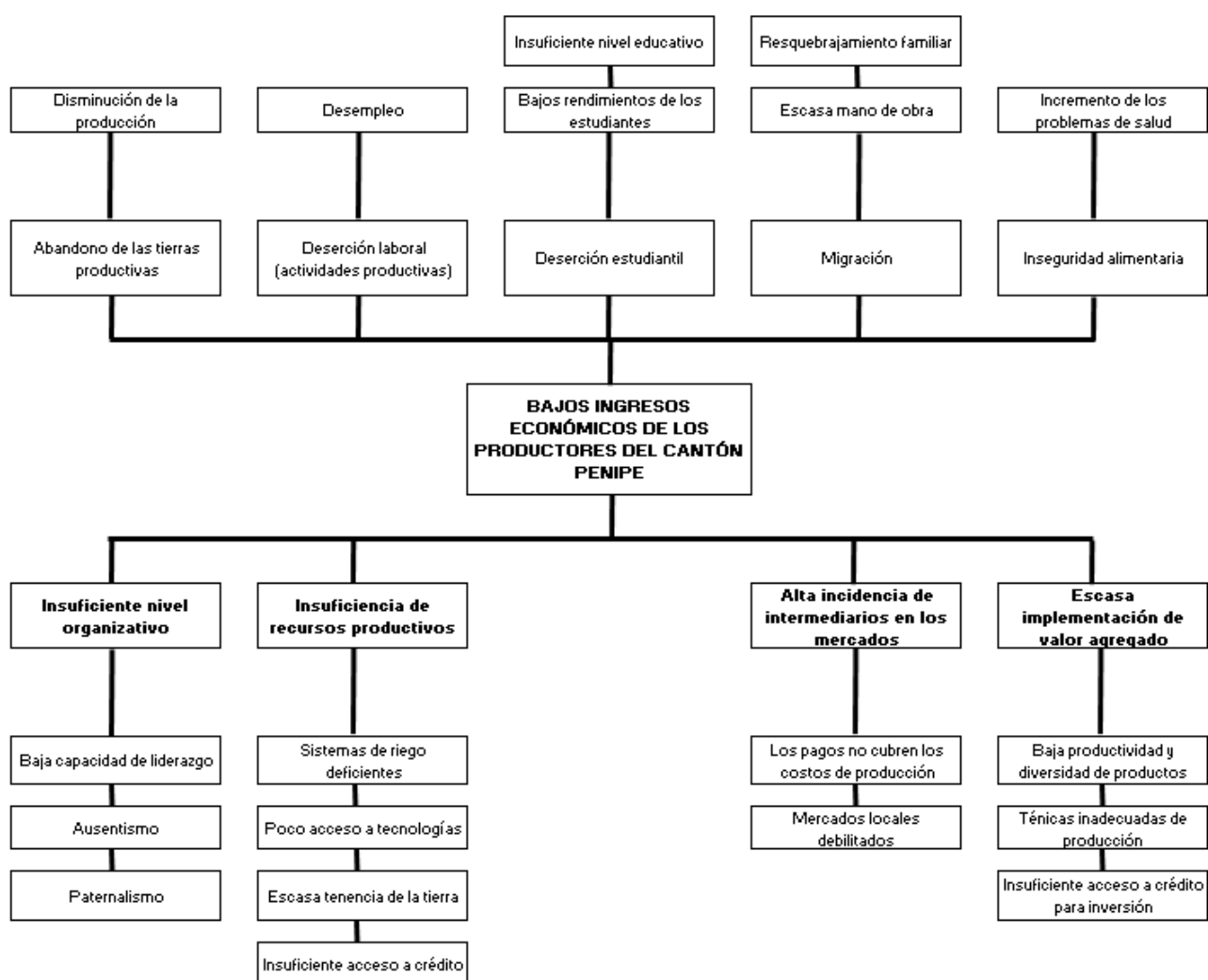
“Penipe, productivo, biodiverso y turístico”.

Gracias a su potencial **productivo**, pues destacan como principales actividades la producción de maíz, papa, frutales y granos andinos, así como el manejo de animales mayores y especies menores; **biodiverso** gracias a la presencia de dos majestuosas montañas, El Altar y la mama Tungurahua, con su influencia en todo el territorio, además de la presencia de gran variedad de flora y fauna; finalmente, **turístico** por su estratégica ubicación en la sierra oriental se constituye en el portón de entrada a la amazonia ecuatoriana, simultáneamente de riqueza cultural, gastronómica y humana.

4.1.3. Objetivos estratégicos y específicos

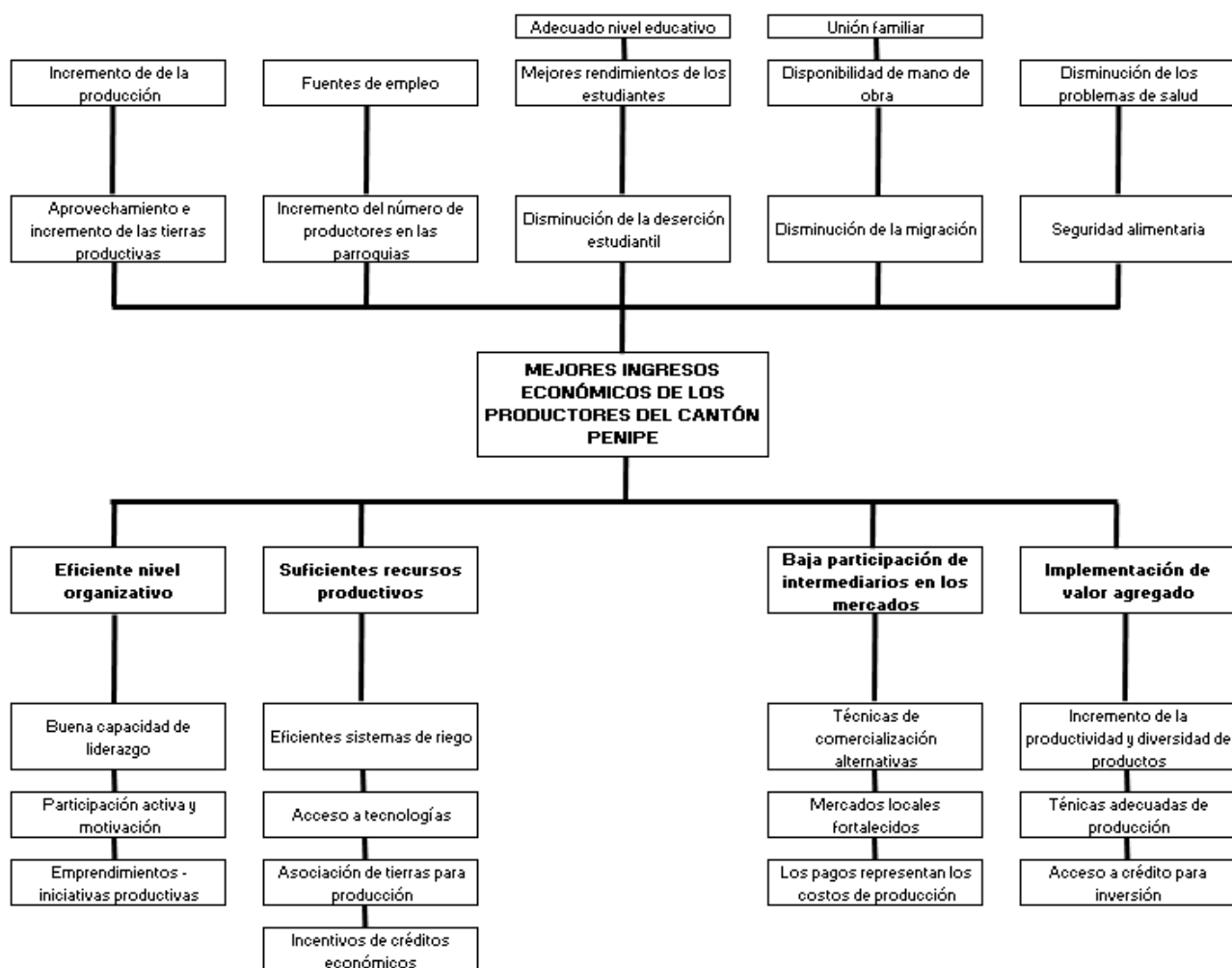
a. Árbol de problemas: causas y efectos

Figura 15. Árbol de problemas del diagnóstico situacional del cantón Penipe.



b. **Análisis de objetivos: árbol de medios y fines**

Figura 16. Árbol de objetivos y fines de la estrategia.



c. Definición de los objetivos

La definición de los objetivos está en consonancia con la aplicación del Marco Lógico que también se utiliza para la planificación de proyectos; para la SENPLADES (2014) la técnica del Marco Lógico “sirve para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución, seguimiento y evaluación de proyectos. Concuerdan los objetivos, componentes, actividades, indicadores, medios de verificación y supuestos del proyecto, que permiten al gestor y al evaluador tener una imagen del proyecto”. (p. 14).

Matriz 02. Matriz de marco lógico de la estrategia de desarrollo agropecuario del cantón Penipe.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Medios de verificación	Supuestos
FIN: Mejorar la calidad de vida de la población del cantón Penipe.	Mejorada la calidad de vida de la población del cantón Penipe, mediante el incremento de los ingresos económicos, durante la ejecución.	Material publicado, informes técnicos, reportes mensuales, encuestas, informes de seguimiento, avances, material visual, entre otros.	Apoyo y participación activa de las instituciones del sector público, privado, inversionistas y población del cantón Penipe.
PROPÓSITO: Mejorar los ingresos económicos de los productores agropecuarios del cantón Penipe.	Mejorados los ingresos económicos del 77,51% de las familias productoras agropecuarias que generan menos de \$300,00 mensuales, durante la ejecución.	Material publicado, informes técnicos, reportes mensuales, encuestas, informes de seguimiento, avances, material visual, entre otros.	La estrategia permitirá consolidar un proceso de desarrollo sostenible social y económico del territorio durante los próximos.
COMPONENTES: 1. Fortalecer el nivel organizativo de los productores agropecuarios.	Al menos el 40% de los productores se encuentran organizados y forman parte de la estrategia, a partir del segundo año de ejecución.	Material publicado, informes técnicos, reportes mensuales, encuestas, informes de seguimiento, avances, material visual, entre otros.	Participación activa, trabajo cooperativo e involucramiento de los miembros que conforman la estrategia.

2. Proporcionar recursos productivos suficientes para mejorar la producción agropecuaria.	Incrementada en un 20% la oferta productiva del territorio, durante la ejecución.	Material publicado, informes técnicos, reportes mensuales, encuestas, informes de seguimiento, avances, material visual, entre otros.	Mayor acceso a tecnologías (riego, infraestructura, tierra) incrementa la producción agropecuaria.
3. Implementar mejores técnicas de comercialización de los productos locales.	Incrementada en un 10% los ingresos por comercialización de los productos locales, a partir del tercer año de ejecución.	Material publicado, informes técnicos, reportes mensuales, encuestas, informes de seguimiento, avances, material visual, entre otros.	Mercados alternativos favorecen la venta directa de productos sin la masiva participación de intermediarios.
4. Suministrar valor agregado a la producción local.	Suministrado valor agregado a los 5 principales rubros, a partir del cuarto año de ejecución.	Material publicado, informes técnicos, reportes mensuales, encuestas, informes de seguimiento, avances, material visual, entre otros.	Productos elaborados con calidad, de buen sabor y cultivados de forma sana, son apreciados a nivel nacional.

d. Actividades por objetivos

Matriz 03. Matriz de actividades de los objetivos de la estrategia de desarrollo agropecuario del cantón Penipe.

Actividades por componentes			
1. Fortalecer el nivel organizativo de los productores agropecuarios.	2. Proporcionar recursos productivos suficientes para mejorar la producción agropecuaria.	3. Implementar mejores técnicas de comercialización de los productos locales.	4. Suministrar valor agregado a la producción local.
1.1. Identificación de los actores sociales del territorio. 1.2. Socialización de la estrategia en el territorio. 1.3. Conformación del Comité de Gestión entre los participantes de la estrategia 1.4. Fortalecimiento de las organizaciones productivas del territorio.	2.1. Dotación de sistemas de riego eficientes en todo el territorio. 2.2. Dotación de tecnología agropecuaria. 2.3. Capacitación agropecuaria permanente. 2.4. Programa incentivos económicos para producción agropecuaria.	3.1. Implementación de técnicas de producción bajo sistemas de riego y mecanizados. 3.2. Desarrollo de cadenas productivas organizadas por rubros. 3.3. Fortalecimiento y promoción de los mercados locales.	4.1. Capacitación y asistencia técnica para industrialización. 4.2. Programa de incentivos económicos para inversión. 4.3. Implementación de Comercio Justo. 4.4. Promoción y difusión de los productos locales.

4.2. DEFINICIÓN DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

La Estrategia de Desarrollo planteada permitirá:

- Desarrollar una propuesta distribuida en fases de mediano y largo plazo que oriente el accionar de los GAD en el territorio cantonal para fortalecer la producción;
- Fortalecer el tejido social del cantón como garantía del desarrollo productivo; y
- Promover que las instituciones públicas realicen esfuerzos mancomunados, optimizando recursos y acciones para el bienestar de la población y el manejo sustentable.

4.2.1. Fortalecimiento organizativo

Una vez identificados a los actores sociales y la problemática existente se deberá considerar la formación de un Comité de Gestión de la Estrategia, dirigido por los representantes de los diferentes GAD, las organizaciones productivas y las instituciones del Estado; para socializar objetivos, metas y propósitos a los productores y dirigentes comunitarios; con el objetivo de agrupar la mayor cantidad de asociados y superficie productiva; fomentar la diversidad de ideas y el enriquecimiento de la estrategia (compartir las necesidades desde la población y a su vez las potencialidades para solucionarlas desde sus capacidades). La efectiva organización permitirá manejar recursos económicos, indispensables para la ejecución de proyectos, y a la vez evitar la duplicación de esfuerzos fomentando la optimización de recursos tanto técnicos como humanos y económicos, trabajando de acuerdo al ámbito de las competencias.

La Estrategia requiere cambiar la participación de la población, ya no únicamente como beneficiarios de los proyectos, sino como actores sociales comprometidos con el desarrollo, revalorizando sus aportes y capacidades, rompiendo esa tradición paternalista que tanto daño le ha hecho al cantón Penipe.

El Comité de Gestión deberá reunirse periódicamente con una frecuencia trimestral y en ocasiones mensual según la exigencia. Todas estas actividades deberán ser apoyadas mediante seguimientos oportunos y evaluaciones periódicas con el objetivo de rendir cuentas del avance del proceso.

Para Yáñez (2012) “es evidente que cuanto mayor participación, mayor conocimiento y formación hay desde la población social aliada como de las autoridades locales, mayores ideas y propuestas conjuntas pueden lograrse para llevar adelante actividades que tengan impacto y sostenibilidad en el tiempo (p. 33)”.

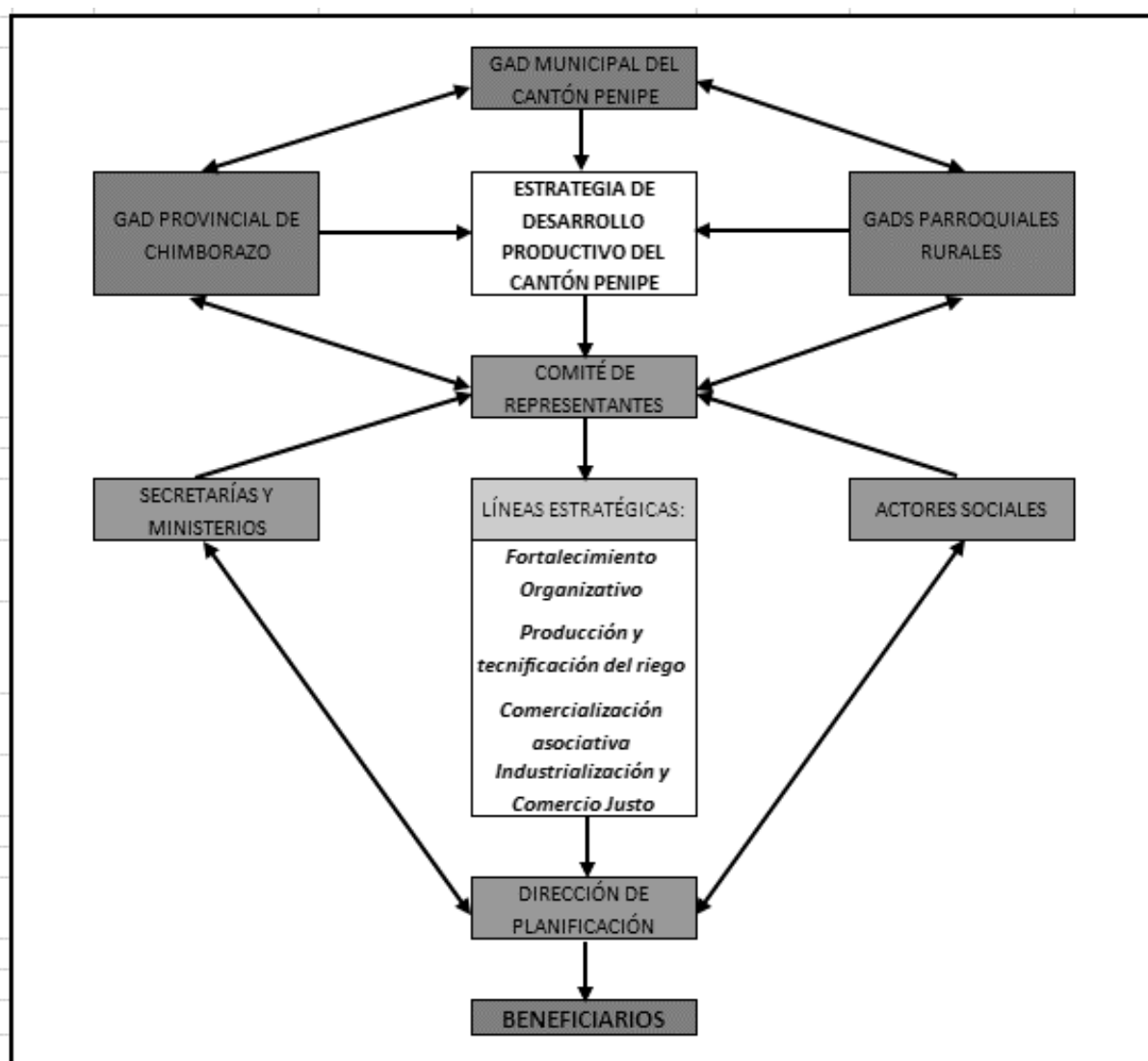
Para que la estrategia sea eficiente en su componente técnico, se requiere de la contratación de un Coordinador y asistentes técnicos. Éstos deberán ser los actores que impulsen el proceso de convocatoria, motiven la participación ciudadana, velen los intereses de la población, sean fiscalizadores del proceso y fomenten la producción agropecuaria mediante el desarrollo de un comercio más justo para el pequeño productor. El coordinador debe conocer de administración y contabilidad, su función principal es apoyar la gestión de las organizaciones campesinas; tomando como referencia el plan de inversión, generar capacidades en el equipo de gestión, poseer un nivel adecuado de conocimiento y

comprensión de cada uno de los grupos asociativos, no imponer su voluntad, sino sugerir, motivar e impulsar la toma de decisiones de los propios campesinos.

El Comité deberá evitar en todo momento vincular la organización con temas políticos que pudieran entorpecer el vínculo formado entre actores sociales, pues, el interés de trabajo se basa en el desarrollo y fortalecimiento de mejores capacidades productivas. Para Yáñez (2012) los comités “son el espacio propicio entre los actores sociales expresen sus necesidades ante las instituciones estatales y sociales a fin de definir políticas públicas descentralizadas y lograr acciones en beneficio de la población. (p. 46)”.

La participación y las funciones de los diferentes actores sociales serán la siguiente:

Figura 17. Organigrama de participación y funciones de los miembros de la estrategia.



Las funciones del Comité de gestión son las siguientes:

- Establecer mecanismos y tomar decisiones para la implementación, a nivel local, de las políticas públicas.
- Establecer mecanismos de cooperación y coordinación para establecer y ejecutar propuestas, programas o proyectos conjuntos orientados a promover el desarrollo productivo del cantón Penipe.
- Definir competencias, asignar roles y actividades tanto de las instancias públicas y locales, de cooperación, como de sus contrapartes (beneficiarios), para la implementación de políticas y desarrollo de propuestas, programas o proyectos; así como mecanismos que garanticen la sostenibilidad de los emprendimientos/iniciativas productivas.
- Brindar asistencia técnica, de acuerdo a la competencia de cada entidad miembro del Comité, para el éxito de las iniciativas productivas.
- Definir e implementar sistemas de información que transparenten las gestiones referentes a las iniciativas.
- Proponer mecanismos participativos de monitoreo y evaluación de las acciones asumidas por cada instancia miembro.
- Apoyar en la resolución de conflictos que puedan presentarse en el desarrollo de las actividades.
- Mejorar las capacidades asociativas de los grupos de interés, posibilitando su fortalecimiento socio organizativo orientado a la producción y comercialización asociativa, en un escenario en que los productores agropecuarios sean capaces de administrar y gestionar sus recursos.

La base legal para la participación de los miembros mencionados en el organigrama de funciones de la estrategia se base en:

a. GAD Provincial de Chimborazo

De acuerdo al Artículo 42 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD (2011), el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo tiene las siguientes competencias:

- e) Planificar, construir, operar y mantener sistemas de riego de acuerdo a la Constitución y la ley;
- f) Fomentar las actividades productivas provinciales, especialmente las agropecuarias; y,
- g) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias. (Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, 2011) (p. 32).

b. GAD Municipal de Penipe

De acuerdo al Artículo 55 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD (2011), el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Penipe tiene las siguientes competencias:

- b) Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón;
- g) Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley;
- n) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias. (Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, 2011) (p. 41).

c. GAD Parroquiales Rurales de Penipe

De acuerdo al Artículo 65 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD (2011), los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales tienen las siguientes competencias:

- b) Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales;
- d) Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente;
- f) Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base;
- g) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias;
- h) Vigilar la ejecución de obras y calidad de los servicios públicos. (Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, 2011) (pp. 48-49).

d. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

Son objetivos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca:

- Mejorar las condiciones de vida de los agricultores y comunidades rurales mediante estrategias de: inclusión social de los pequeños y medianos productores; vinculación al mercado nacional e internacional; y, de acceso a los beneficiarios del desarrollo de los servicios e infraestructura.
- Establecer un sistema de seguimiento y evaluación a la gestión del agro, que garantice la soberanía alimentaria y su desarrollo.
- Impulsar la modernización del agro, orientado a la reactivación productiva, en función de la demanda y con énfasis en la calidad, diferenciación y generación de valor agregado orientado en su desarrollo sustentable.
- Desarrollar factores productivos, que proporcionen condiciones humanas, naturales y materiales en las cuales se sustente la producción competitiva, a través de mesas de concertación, con el enfoque de cadenas agroalimentarias que consoliden y modernicen al agro.
- Establecer mecanismos de coordinación interinstitucional con entidades adscritas y otras relacionadas con el agro, para planificación, ejecución y evaluación de políticas, planes, programas y proyectos que permitan mejorar la prestación de servicios, fortaleciendo los espacios de diálogo entre el sector público y privado a nivel nacional, zonal y local. (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura Y Pesca, 2015)

e. Ministerios de Inclusión Económica y Social

Son objetivos del Ministerio de Inclusión Económica y Social:

- Incrementar la inclusión económica de la población en situación de pobreza a través del fortalecimiento de la Economía Popular y Solidaria desde una perspectiva territorial, articulación de redes de actores de la EPS, e inserción en el cambio de la matriz productiva, como un mecanismo para la superación de desigualdades. (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2015)

f. Secretaría del Agua

Son objetivos de la Secretaría del Agua:

- Incrementar el acceso permanente a agua de calidad y su buen uso para todas las formas de aprovechamiento del recurso hídrico.
- Incrementar la recuperación, conservación y protección de las cuencas hidrográficas generadoras de agua, a través de un manejo integrado y sustentable. (Secretaría del Agua, 2015)

El GAD Municipal, conjuntamente con los GAD Parroquiales Rurales y GAD Provincial de Chimborazo, trabajarán en la elaboración y expedición de una Ordenanza Municipal que reconozca a la Estrategia como motor del desarrollo productivo del territorio. La participación ciudadana, a través de las diferentes comunidades y organizaciones, deberán apoyar incondicionalmente el proceso hasta su consolidación y publicación en el respectivo Registro Oficial.

4.2.2. Producción y tecnificación del riego

Se orienta a la aplicación de buenas prácticas agropecuarias, a partir del rescate de tecnología y cultivos ancestrales; reduciendo el uso de agroquímicos con el fin de garantizar la seguridad alimentaria, la salud del consumidor y productor, al mismo tiempo que se reducen los costos de producción y la dependencia de insumos externos.

Se hace sumamente necesaria la capacitación y asistencia técnica agropecuaria permanente, en campo, que promueva el desarrollo de las capacidades y habilidades competitivas de los agricultores locales.

Los principales productos serán obtenidos a partir de una producción agropecuaria más limpia, basada en el fomento de la producción asociativa agroecológica que permita restaurar la productividad, la biodiversidad, la fertilidad del suelo y por esta vía lograr la seguridad y soberanía alimentaria y la conservación de los recursos naturales.

La aspiración de optimizar el uso del agua en riego, motiva a los sectores agropecuarios del cantón a buscar alternativas como la tecnificación. Se desea implementar 300 ha de la superficie productiva con riego tecnificado por año, mejorando la distribución y acceso al agua de riego parcelario, orientado a la aplicación masiva de técnicas y prácticas de riego más eficientes que mejoren la producción.

Como lo manifiestan los objetivos del Plan Nacional de Riego y Drenaje:

- Ampliar la cobertura y mejorar la eficiencia social económica y ambiental de todos los sistemas de riego.
- Fortalecer los grupos de regantes para asumir la cogestión y gestión de los sistemas de riego y drenaje de manera sostenible y eficiente.
- Fortalecer la institucionalidad y mejorar las capacidades del Estado para impulsar la política integral del riego y drenaje, en el marco del proceso de desconcentración y descentralización.

- Promover un proceso sostenido de reorganización y redistribución de caudales que asegure un acceso equitativo al agua de riego.
- Garantizar la calidad y cantidad de agua para riego considerando a las presentes y futuras generaciones. (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2015)

En los proyectos de riego lo prioritario es dotar de infraestructura, desarrollar procesos de capacitación en el uso del agua y poner en operación los sistemas de riego comunitarios. Los productores una vez que cuenten con sistemas de riego empezarán a intensificar el uso del suelo, a disponer de dos o tres cosechas en el año, a diversificar la producción y a cambiar los sistemas de producción.

La capacitación es sumamente necesaria, se pueden establecer acuerdos y compromisos estratégicos con instituciones importantes del agro como son: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP; Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias INIAP, Central Ecuatoriana de Servicios Agrícolas (CESA) y las Universidades; asegurando que los campesinos empiecen a trabajar aplicando tecnologías de producción bajo riego.

En el área agrícola, los sistemas estarán diseñados para trabajar en primera instancia los 5 rubros principales dependiendo de las características de cada sector para su implementación: maíz, papa, frutales (mayores y menores), granos andinos y pastos. Fortaleciendo el área pecuaria, la producción de leche de igual manera está considerada pues los ganaderos necesitan mejorar la producción de alimentos para el consumo animal. Esta selección de rubros se realizó debido a que son los cultivos en los cuales los productores tienen mejores experiencias de trabajo.

Además, es importante destacar que el fortalecimiento organizativo para mejorar la administración de los sistemas de riego genera acciones positivas con el fin de potenciar los conocimientos y liderazgos de los actores involucrados en la distribución de agua. Es importante valorar, quienes serán los responsables del modelo de gestión del componente, pues serán los entes responsables de la administración de los patrimonios hídricos; para eso, deberán contar con los recursos económicos y técnicos necesarios.

Es necesaria la modernización de la maquinaria agrícola, pues es un factor clave para la preparación del suelo, además de la optimización de tiempo y recursos.

Los principales objetivos de la fase son:

- Capacitación agropecuaria permanente.
- Proteger e implementar planes de manejo de las fuentes de agua.
- Tecnificación de los sistemas de riego locales.
- Fortalecimiento de las juntas de riego comunitarios en los temas organizativos, administrativos, jurídicos y legales.
- Implementación de maquinaria y equipos agrícolas.

Por último, en la vinculación al Comercio Justo, las organizaciones productoras deberán considerar fundamental, manejar los cultivos de una manera más sana y responsable con el medio ambiente durante todo el proceso productivo; deberán respetar las siguientes normas, las cuales permitirán acceder, en un futuro cercano, a las redes de tiendas de Comercio Justo:

- Rotación de cultivos.
- Selección de los cultivos más adecuados según las características de las comunidades.
- Utilización de abonos naturales.
- Utilización de cultivos bajo sombra.
- Protección y conservación de áreas cercanas a las fuentes de agua.
- Reducción del uso de abonos e insumos sintéticos.
- No utilización de productos agroquímicos.

4.2.3. Comercialización asociativa

La estrategia, una vez terminada la implementación del riego, emprenderá procesos de comercialización de la producción campesina. A mayor productividad y mayor diversidad de la producción empiezan a evidenciarse problemas en el acceso a los mercados, pues, como lo manifestó Sánchez (2009):

“En algunos países la estructura de la producción y los cambios en los patrones de cultivo, se dan diez, quince o veinte años después de terminar los sistemas de riego, porque los sistemas de producción están tan arraigados que los cambios son extremadamente lentos. Pero en el Ecuador, hubo coyunturas que hicieron que ese ritmo se cambie: aparecieron nichos de mercado, oportunidades, que había que aprovechar. Cuando terminábamos la infraestructura de riego, en unos proyectos, y

en otros estábamos en plenos procesos de construcción, ya comenzamos a hablar y pensar en el asunto de los mercados. Dijimos entonces: hay que empezar a trabajar en los procesos de comercialización campesina”.

Una estrategia de mercados empieza con la reducción de costos de producción y transacción, la necesidad de optimizar esos costos para poder competir con un mercado colmado de productos comestibles importados; la necesidad de buscar y abrir mercados alternativos; la relevancia de la información en los procesos de comercialización; la importancia de analizar la demanda para producir a partir de ella, entre otros.

Los productores contarán con 5 rubros principales producidos bajo sistemas de producción con riego (descritos anteriormente), de los cuales seleccionaremos los 2 o 3 claves dependiendo de la situación del mercado al momento. Posteriormente, se buscarán aliados estratégicos con experiencias en comercialización, acoplándonos de esta manera, a otras experiencias puestas en marcha; pues, no podemos iniciar esta fase partiendo de cero.

La estrategia propone impulsar organizaciones empresariales campesinas (OECS). Organizaciones que comercialicen sus productos claves en los mercados potenciales, pues no todo lo producido puede ser comercializado. Un principio metodológico en el desarrollo de los procesos de comercialización es partir de las percepciones, necesidades sentidas y criterios de los productores; construir con ellos y desde ellos una nueva propuesta de asociatividad campesina; los asuntos internos y externos serán resueltos por los involucrados.

Otro de los principios básicos que se trabajará, es el empoderamiento, muy vinculado con la sostenibilidad, impulsado por siete aspectos:

- Desarrollar capacidades locales, es decir, que los propios miembros o socios de las OEC amplíen sus conocimientos respecto al manejo y gestión de las empresas asociativas campesinas. Para ello, juega un papel fundamental la capacitación.
- Promover la asociatividad, es decir, desarrollar al interior de la OEC el criterio de que son organizaciones que reúnen a personas y grupos de personas con diferentes criterios, que deben manejar herramientas de eficiencia empresarial, sin que por ello pierdan su dimensión comunitaria. Es fundamental al interior de los grupos el desarrollo del sentido de pertenencia de los socios.
- Crear espacios para la participación, es decir, que las OEC democraticen la toma de decisiones, el control a los dirigentes, el funcionamiento pleno de las distintas instancias de la organización, desde la asamblea de socios hasta la gerencia.
- Acceder a la información de diferentes fuentes, es decir, crear mecanismos que permitan a las OEC el uso e interpretación de la información para toma de decisiones en cuanto a qué producir, cuánto producir, en qué épocas y dónde vender la producción.

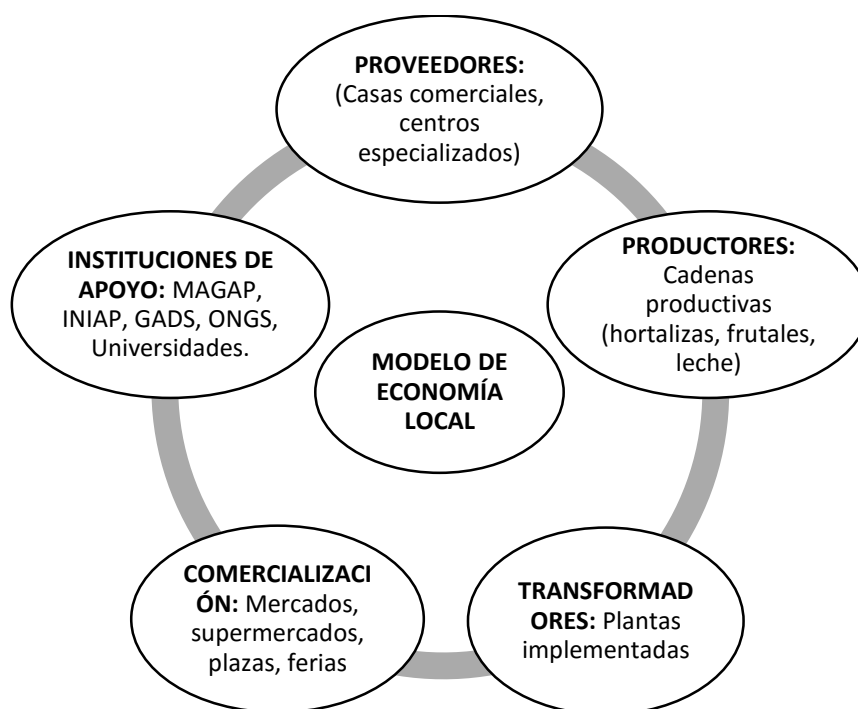
- Crear una cultura de transparencia, es decir, establecer en los niveles directivos la responsabilidad del manejo ético de las decisiones y los recursos, la obligatoriedad de rendir cuentas periódicamente y, al mismo tiempo, establecer en las bases la responsabilidad de comprometerse con los procesos y de exigir a sus directivos la rendición de cuentas.
- Brindar posibilidades de un manejo autónomo de recursos financieros, es decir, creer en la capacidad y honradez de la gente.
- Desarrollar una visión más amplia del ámbito de influencia de las OEC, es decir, extender la visión del territorio sin quedarse en lo exclusivamente comunitario, desarrollar alianzas con sectores públicos y privados del territorio de influencia. Por tanto, pensar no solo en la función de compra-venta sino en el desarrollo de la economía local, lo que implica una visualización amplia para construir una visión más estratégica.

Es importante trabajar con las organizaciones en torno a conceptos claves como: asociatividad, competitividad, economía solidaria, desarrollo económico local, entre otros. Las organizaciones deben contar con su plan de negocios, plan de trabajo; en los cambios de directivas, la nueva asume sus funciones y continúa con el plan de trabajo anterior; con agendas propias, plan de acción y líneas de trabajo definidas; sin depender de instituciones externas que impongas a las OEC sus exigencias.

El plan de negocios con metas vinculantes. Se constituye en una herramienta administrativa financiera que, a partir de un análisis de las capacidades para atender un mercado que ha sido identificado por el grupo asociativo, determina: planes de producción, estrategia de mercadeo, estructura organizacional, estrategia financiera, alianzas estratégicas, y el apoyo externo, tanto en recursos como en la intensidad del seguimiento técnico en la ejecución del plan y en el monitoreo de la gestión de gerencia. (Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE, 2009)

Se espera en un futuro que en las OEC existan cambios radicales: mayor empoderamiento en sus decisiones, que puedan cubrir gastos operativos, pagar a su gente, integrar al personal local en el equipo de trabajo, desde la directiva y la gerencia buscar nuevos mercados, nuevos productores, nuevas estrategias de producción, nuevos proyectos.

Figura 18. Modelo económico local deseado.



Territorialmente, existe un mercado totalmente nuevo que puede ser considerado como un espacio alternativo de comercialización, financiación y consumo. Pueden plasmarse en esta infraestructura algunos de los principios del Comercio Justo para interconectar las diferentes iniciativas económicas que impulsaremos en la estrategia.

Se trata, en definitiva, de construir una nueva herramienta para el impulso de un nuevo mercado equitativo, democrático y solidario. Además de concientizar en la población la necesidad de mejorar las condiciones de vida, no solo de un pequeño o seleccionado grupo, sino de todo el territorio del cantón Penipe.

... no podemos olvidar la necesidad de seguir trabajando en tareas educativas y de sensibilización ciudadana, promoviendo pautas de comportamiento más responsables y críticas que incluyan no sólo favorecer el consumo de productos y servicios alternativos, sino también rechazar el sobre consumo superfluo y la publicidad agresiva, proponiendo boicots a empresas que violan los derechos humanos, ambientales y/o sociales, etc. (Askunke, 2013)

4.2.4. Industrialización y Comercio Justo

Los mayores réditos económicos, sociales, productivos de los grupos asociativos, se generan cuando hay una inserción en las llamadas “cadenas cortas”; es decir, aquellas

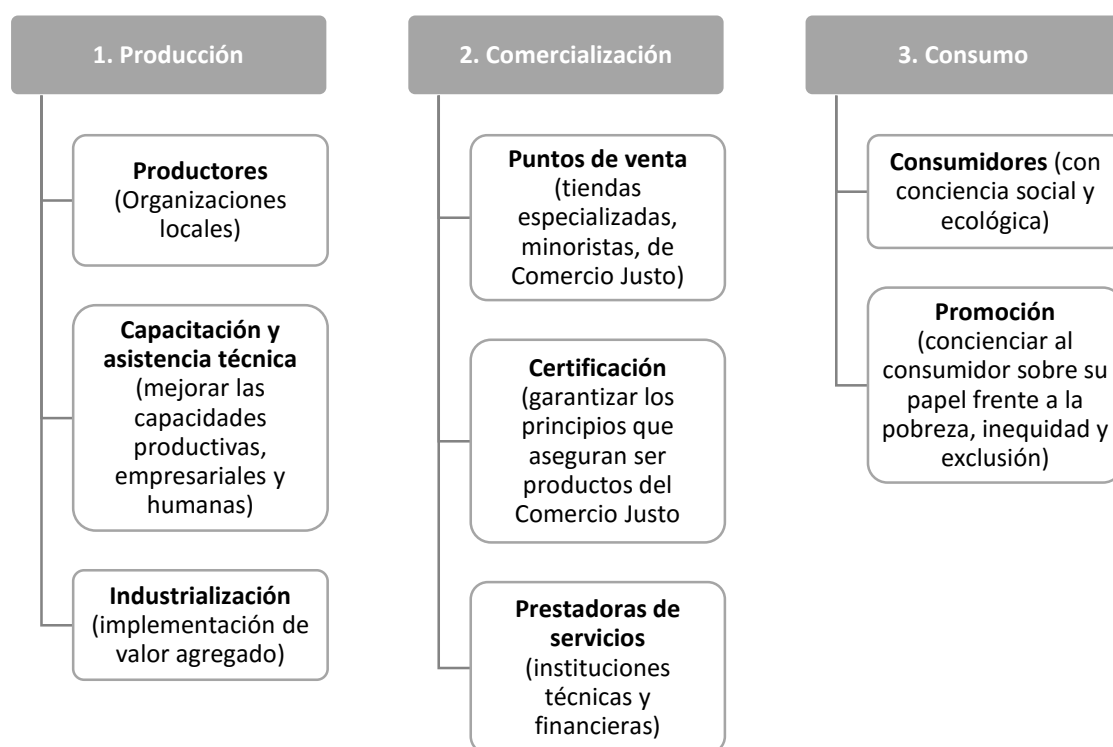
que conectan la producción con mercados con menos eslabones de intermediación, situación que generalmente ocurre en el acceso a mercados locales. Esta inserción genera en el futuro y una vez consolidada, la posibilidad real de insertarse en “cadenas largas” o aquellas que conectan la producción campesina a mercados regionales y nacionales, que requieren mayor organización del grupo, mayores tecnologías y generación de valor, así como la disponibilidad de mayor capital de trabajo. (Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE, 2009)

Esta fase, tan anhelada por muchos territorios, se desarrollará una vez que las fases anteriores hayan sido efectivas en su accionar y hayan podido cumplir con los objetivos y metas propuestas, pues las acciones planteadas tienen como horizonte la transformación de pautas culturales, productivas, comerciales, de consumo y sociales que cada grupo de actores comparte. Busca actuar de forma integral creando mecanismos e instrumentos que permitan introducir los principios de Comercio Justo en cada eslabón de la cadena.

Para presentar una propuesta de Comercio Justo, partimos de experiencias exitosas que se han presentado en diferentes países del territorio latinoamericano y en el mismo Ecuador, donde existen cadenas de Comercio Justo bien definidas y por qué no decir, exitosas. De esta manera, la estrategia centra su intervención en los actores del proceso: productores, comercializadores y consumidores.

El esquema general de la presente fase es:

Figura 19. Esquema de producción, comercialización y consumo de la estrategia.



a. Actores de la estrategia: productores, comercializadores y consumidores

Los productores, beneficiarios directos de la estrategia

Corresponde a la población de muy bajo nivel de ingresos, de escasa capacitación y de altísimas dificultades de participación en el mercado. Su vinculación favorece las dinámicas debido a:

- Se promueve la asociación como una condición necesaria para la participación en la estrategia planteada.
- Se transfieren capacidades técnicas sobre aspectos esenciales de comercialización, organización y gestión de recursos.
- Se agrega a sus productos una imagen, mayor diferenciación que les puede otorgar una identidad propia frente a otros productos del mercado.

Para poder vincularse a esta fase, los productores deberán cumplir una serie de requisitos mínimos exigidos por el movimiento de Comercio Justo:

- Producción consolidada a pequeña y mediana escala.
- Dificultades de acceso a los mercados.
- Escasa información sobre: tecnologías de producción y agregación de valor, mercado, tendencias de consumo, normas de calidad y gestión empresarial.
- Dificultades para acceder a capital de trabajo y desconexión con el sistema financiero formal.
- Ser proclive a valorizar la mano de obra incorporada en su proceso productivo.
- Actitud positiva para adecuarse a las exigencias del mercado (volumen, precio, calidad, oportunidad y periodicidad).

Además, las condicionantes de los productores para formar parte de la estrategia son:

- Haber participado en procesos de habilitación para cumplir los criterios de Comercio Justo que serán desarrollados en la fase 3 de la estrategia.
- Cumplir con los principios de la Estrategia de Desarrollo territorial.
- Velar porque sus afiliados respeten los derechos humanos de sus familias y de su comunidad. No se desean productores que en las reuniones y talleres aparenten ser personas diferentes a como son en cada uno de sus hogares.
- Ser organizaciones formalizadas y con producción propia.

- Producir bienes y servicios de calidad y amigables con el medio ambiente.
- Poseer capacidad administrativa y financiera.

Comercializadoras: eje del Comercio Justo

Una de las claves de Comercio Justo son las condiciones de operación de la comercialización.

La propuesta aspira a alcanzar espacios de comercialización que van desde las tiendas especializadas en Comercio Justo, nacionales e internacionales, hasta centros convencionales como las grandes cadenas de supermercados. Es posible, que, mediante alianzas estratégicas y gestión por parte de las autoridades de turno, estos nichos de comercialización puedan llegar a apoyar a la producción local.

La fase de comercialización presenta algunos aspectos que se destacan:

- Las comercializadoras se rigen por principios de solidaridad que son la base de la operación.
- Los productores de Comercio Justo poseen acreditación que los caracteriza como tales. Es necesario, que el Comité de Gestión, establezca los parámetros necesarios para la utilización de dichos sellos en el territorio mediante su incidencia política y requerimiento respectivo a las certificadoras existentes en el país.
- Los mercados locales, así como las ferias, los eventos en épocas festivas pueden convertirse en espacios de comercialización debido a que guardan una relación directa entre el consumidor y el productor, y sirve de intercambio de información, promoción y divulgación de principios, procesos y requisitos del Comercio Justo.
- Los productos pueden ser promocionados en los diferentes medios locales, como en el internet, de esta manera, se puede ampliar el área de comercialización de los mismos.

Consumidores

Gran parte del éxito de una estrategia de Comercio Justo reposa en los niveles de conciencia del consumidor acerca de los problemas de cada localidad y por su poder para decidir, en última instancia, dónde compra y bajo qué condiciones. Algunas de las características y condiciones de los consumidores son:

Tabla 37. Características y condiciones de los posibles consumidores.

¿Quiénes?	Características	Condiciones
- Consumidores individuales	- Con conciencia ecológica y social	- Cumplir con los principios del Comercio Justo
- Afiliados a asociaciones de consumidores	- Sensibilizados sobre los problemas sociales de la pobreza y la exclusión	- Pagar precios justos a los productores, artesanos, microempresarios o comercializadoras
- Miembros de grupos religiosos, sociales y sindicales	- Responsables de su papel ciudadano	- No revender los productos
- Entidades y programas del Estado	- Comprometidos con el desarrollo del país	
- Entidades privadas		

Fuente: (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA, 2008)

b. Los procesos y sus actores

Capacitación y asistencia técnica

- Garantizar que los actores estén en capacidad de llevar a cabo sus compromisos y de cumplir con todos aquellos requisitos y principios de la iniciativa.
- Brindar apoyo permanente a cada uno de los actores según las demandas de productores, comercializadores y consumidores.
- Ser promotor de la cooperación y articulación de los esfuerzos de los participantes del movimiento.
- Los procesos de capacitación y asistencia técnica deben estar orientados a la obtención de los cambios deseados en actitudes de los actores, características de la oferta, condiciones de la distribución y comercialización.
- Los programas de capacitación y asistencia técnica deberán cubrir temas como: gestión empresarias, generación de valor agregado, incorporación de tecnologías limpias, logística, mercados aplicados a rubros o cadenas específicas conforme a las dinámicas económicas.

Certificación

- Mediante este proceso se garantizan los principios y los atributos que diferencian los productos y actores del Comercio Justo.
- De acuerdo con los principios del Comercio Justo, para la certificación propuesta se deben conocer los miembros de la organización sus relaciones laborales, sus procesos de producción y calidad.

- Se propone crear un sistema de monitoreo que apoye el seguimiento de los productos, desde el productor hasta el consumidor, y que verifique el proceso de desarrollo de cada actor con el fin de evitar la competencia desleal y garantizar que el dinero esté siendo utilizado correctamente. (IFAT, 2002).

Promoción: campañas de educación ciudadana

Se espera que mediante campañas masivas o locales se forme una conciencia ciudadana de aceptación del Comercio Justo como una de las opciones de lucha contra la pobreza y la desigualdad. Podrán ser utilizados diferentes medios como: campañas educativas a nivel local y provincial; archivos multimedia desplegados en prensa, radio, televisión, redes sociales; página web; entre otros. Las campañas se realizarían en tres etapas:

- Generación de expectativas, qué es, qué se quiere y las razones para vincularse.
- Información de la estrategia, sus actores, sus formas de acceso y las condiciones.
- Promoción de productos, centros de ventas, aliados, entre otros.

Prestadores de servicios técnicos y financieros

Son entidades del Estado con gran experiencia de trabajo con productores y con el sector rural. Son necesarios como participantes debido a las siguientes condiciones:

- Gestionan recursos financieros.
- Experiencia en el desarrollo de programas de capacitación y asistencia técnica.
- Experiencia en el diseño y elaboración de material de apoyo, control de calidad, tecnología, producción limpia, mercadeo, exportación, insumos.
- Sirven de apoyo a la gestión entre productores y los puntos de venta.
- Generan e implementan oportunidades de fortalecimiento organizacional y de desarrollo de capacidades locales de los productores.

c. Organización: políticas, financiamiento, información y coordinación

Como lo realizado por la experiencia colombiana desarrollada por el IICA (2008) es necesario desarrollar una institucionalidad que contribuya a la consolidación del Comercio Justo en Penipe. Se espera actuar como una red de apoyo para todos los actores y diseñar las políticas necesarias que sirvan de marco a la certificación, comercialización, financiación y apoyo técnico. Se requiere de dos pilares en la organización: el comité técnico y el

observatorio de Comercio Justo. El primero desempeña la función de eje articulador y de coordinación de la iniciativa, mientras que el segundo constituye un dispositivo que asegura la actualización de información y el seguimiento de los procesos.

4.3. PLAN DE INVERSIÓN REFERENCIAL

A continuación, se presenta un plan de inversión referencial que poder servir de guía a las instituciones del sector público para destinar fondos para proyectos que fortalezcan el desarrollo agropecuario del cantón Penipe; todas estas ideas de proyectos fueron construidas desde las necesidades mismas de la población del territorio, cuando fueron desarrolladas las encuestas y entrevistas de campo.

Matriz 04. Matriz del Modelo de Gestión de la Estrategia de Desarrollo Agropecuario del Cantón Penipe, años 2017-2021.

Línea Estratégica	Programas	Proyectos	Presupuesto (USD)
Fortalecimiento organizativo	<i>Programa de fortalecimiento organizativo</i>	Identificación de los actores sociales del territorio como parte de la socialización y formulación del Comité de Gestión de la Estrategia.	\$2000,00
		Conformación del Comité de Gestión de la Estrategia.	\$2000,00
		Fortalecimiento de las organizaciones productivas del territorio, mediante capacitación y seguimiento técnico permanente.	\$8000,00
	<i>Subtotal</i>		\$12000,00
Capacitación, asistencia técnica agropecuaria y tecnificación de riego	<i>Programa de mejoramiento de la producción local</i>	Implementación de un equipo de técnicos agropecuarios para el acompañamiento y seguimiento técnico permanente de los productores de la Estrategia.	\$96000,00
		Mejoramiento de la producción agrícola del cantón Penipe (principales rubros).	\$100000,00
		Mejoramiento de la producción pecuaria (ganado y especies menores) del cantón Penipe.	\$100000,00
		Dotación de maquinaria, equipos e insumos agrícolas en el cantón Penipe.	\$100000,00
		Implementación de un programa de incentivos económicos para los productores agropecuarios desfavorecidos del territorio, mediante capitales rotativos.	\$50000,00
		Implementación de áreas de protección y conservación de fuentes de agua.	\$50000,00

	Programa de tecnificación de riego parcelario	Implementación de sistemas de riego parcelarios tecnificados en todo el territorio.	\$1'000000,00
		Elaboración de un modelo de gestión eficiente de las juntas administradoras de agua de riego del cantón Penipe.	\$6000,00
	Subtotal		\$1'502000,00
Comercialización asociativa	Programa de mejoramiento de la comercialización de productos agropecuarios	Fortalecimiento de las cadenas productivas de los principales rubros del territorio.	\$20000,00
		Diseño de la imagen corporativa de los pequeños productores del cantón Penipe.	\$3000,00
		Fortalecimiento del mercado local para acceso a pequeños productores y consumidores responsables.	\$5000,00
		Implementación de la feria agropecuaria cantonal.	\$25000,00
	Subtotal		\$50000,00
Industrialización y Comercio Justo	Programa de implementación de valor agregado	Implementación del centro de procesamiento y comercialización de productos agropecuarios con valor agregado (harinas, balanceados, lácteos, pulpas, cárnicos, ensacado, empacado, envasado, entre otros)	\$1'000000,00
		Creación de un centro de transferencia de tecnología y académica de la provincia de Chimborazo, en el cantón Penipe (riego, producción e industrialización).	\$300000,00
	Programa de Comercio Justo	Dotación de capacitación, asistencia y acompañamiento técnico, socialización y organización de los productores del territorio, así como la adquisición del sello de Comercio Justo.	\$28000,00
		Implementación de un programa de incentivos económicos para las organizaciones de productores agropecuarios del Comercio Justo, mediante capitales rotativos.	\$150000,00
		Implementación de una tienda comercializadora de productos de Comercio Justo elaborados en el territorio, vinculada al centro de procesamiento del cantón.	\$10000,00
		Promoción y difusión del Comercio Justo y marca corporativa a nivel local, provincial y nacional.	\$25000,00
	Subtotal		\$1'513000,00
Total			3'077000,00

La Estrategia requiere un monto aproximado de \$3'077000,00 de inversión para los próximos 5 años de trabajo.

Este presupuesto no es exagerado pues en el año 2015 y según datos oficiales de la Dirección Financiera del GAD Municipal, los flujos fiscales fueron de \$6'896102,36: Además, la estrategia contempla la vinculación con instituciones del sector público que pueden aportar significativamente en su ejecución a través de la inyección económica de recursos según sus competencias. Dicho procedimiento no se realizará en una sola instancia, pudiendo desfavorecer o desfinanciar a algunos miembros de la Estrategia; se la realizará de acuerdo a la necesidad y se velará por el control estricto del gasto de los recursos, pues la Estrategia está en contra del gasto excesivo o descontrolado, por lo que es necesario contar con un contador que sea responsable de los fondos. También es importante mencionar que los técnicos para los procesos deberán permanecer durante todo el tiempo necesario, pues la presencia del equipo humano mejora el seguimiento y continuidad de los procesos.

Los proyectos no son impuestos, pueden ser mejorados o sustituidos por criterios de los miembros del Comité en caso de ser necesario; la obligatoriedad de realizar estudios previos de factibilidad y la socialización de los mismos con la comunidad campesina son estrictamente necesarios.

Los gobiernos autónomos descentralizados de las parroquias rurales del cantón Penipe (Bayushig, Matus, El Altar y La Candelaria), hasta el momento de realizar dicha investigación, reciben fondos provenientes de la Ley del Fondo para el Ecodesarrollo Regional Amazónico (2008), la cual manifiesta:

Art. 1.- Créase el Fondo para el Ecodesarrollo Regional Amazónico que se incrementará con los ingresos provenientes del impuesto equivalente a un dólar de los Estados Unidos de América (USD 1,00) por cada barril de petróleo que se extraiga en la Región Amazónica y se comercialice en los mercados interno y externo.

Art. 3.- El Banco Central del Ecuador, dentro de los diez primeros días de cada mes y sin necesidad de orden previa alguna, procederá a transferir los recursos de este fondo a los respectivos partícipes, en base a los siguientes porcentajes:

1. El 58%, para los municipios amazónicos, incluidas las parroquias rurales Río Verde y Río Negro del cantón Baños; y las parroquias rurales Matus, El Altar, La Candelaria y Bayushig, del cantón Penipe a fin de financiar proyectos de agua potable, alcantarillado sanitario, regeneración urbana, tratamiento de desechos sólidos y de aguas servidas,

educación, salud, desarrollo productivo y micro empresarial en áreas urbanas y rurales en la respectiva jurisdicción cantonal.... (p.1)

CONCLUSIONES

La dinámica económica del cantón Penipe demostró que existe una vocación agropecuaria, pues el nivel y las condiciones de vida de la población están ligadas a los ingresos económicos generados con la comercialización de los cultivos, eso significa, que, si las condiciones climáticas y el precio en el mercado fueron favorables, las condiciones de vida de la familia también son favorables, evidenciándose problemas cuando estas condiciones son negativas.

La totalidad de las comunidades dependen del cultivo de maíz, la gran mayoría de papa y frutales, cultivados una sola vez en el año; de igual manera existe dependencia a la venta diaria de leche. Los productores no disponen de ingresos mensuales como en los trabajos comunes; se evidenció además que no conocen con exactitud la disponibilidad de fondos para la distribución de los gastos familiares, pues una vez que reciben el pago por sus productos deben guardar y distribuir el dinero durante aproximadamente un año hasta la comercialización de la próxima cosecha.

Esta condición afecta a su calidad de vida, pues en el caso de presentarse alguna enfermedad como ejemplo, el gasto de medicina y atención médica reduce la disponibilidad de recursos económicos para el sustento familiar, desfinanciando parcialmente al productor. En los casos extremos en los cuales no pudieran trabajar, el desfinanciamiento sería total, pues el productor no pudiera cultivar en el campo lo que conllevaría a no contar con su producción. Cabe recordar que no todos los productores cuentan con seguro campesino.

La superficie productiva requiere de la implementación inmediata de sistemas de riego eficientes que permitan incrementar la superficie y la producción; al momento se produce una sola vez al año, pero, con la dotación de este recurso los agricultores podrían producir hasta tres cosechas en el mismo período sin depender de la época de lluvias para realizar las siembras.

El nivel organizativo de los productores se encuentra debilitado; es necesario desarrollar y activar los mercados locales; propender a la asociatividad entre productores y comerciantes; y, mejorar los sistemas de producción existentes.

La Estrategia de Desarrollo Agropecuario del Cantón Penipe es una alternativa que surge como respuesta a la situación de abandono y deterioro de la calidad de vida de la población agropecuaria.

Actualmente, el Comercio Justo, es un movimiento global mundial, conocido en casi todos los países del mundo, debido a su considerable crecimiento y promoción. En la mayoría de los países de Europa, el volumen de ventas aumenta del 10 al 25% por año; Ecuador no es la excepción, que existe un segmento de compradores que estarían dispuestos a pagar por productos del Comercio Justo, siempre y cuando se justifique su procedencia y calidad.

Es importante que las organizaciones productoras del territorio adopten dicho modelo de producción; y, mediante estrategias con instituciones del sector público puedan acceder al financiamiento para empezar su gestión.

La comercialización de los productos de Comercio Justo en Ecuador, ha sido fortalecida por la implementación de tiendas de este movimiento en las diferentes ciudades; un ejemplo de esto es la cadena de productos Camari, especializada en la comercialización de productos agropecuarios y artesanales, ubicada en la ciudad de Riobamba. La cadena se constituye en un mercado potencial para entregar la producción del territorio, siempre y cuando, se cumplan los criterios establecidos, y se establezcan acuerdos con sus representantes. Además, es necesario que las organizaciones, a través de su incidencia política, promuevan en las tiendas mayoristas y minoristas tradicionales, los productos generados en el nuevo modelo de producción del cantón Penipe.

Es necesario impulsar la soberanía alimentaria como el derecho de los pueblos a producir sus propios alimentos y a organizar la producción y el consumo de acuerdo con las necesidades de las comunidades. Además, apoyar el financiamiento y acceso a crédito para pequeños productores, junto con apoyo técnico en temas de negocios.

El desarrollo del Comercio Justo, será eficiente únicamente cuando se hayan fortalecido las cadenas productivas y mejorado las condiciones de producción del territorio, existiendo incremento y diversificación de la producción, es decir, habiendo que ofrecer.

RECOMENDACIONES

En la conformación del Comité de Gestión de la Estrategia deben estar presentes los representantes del GAD Provincial, GAD Municipal y GAD Parroquiales Rurales, representantes de los Ministerios competentes, en lo posible ONG, dirigentes comunitarios, líderes de las asociaciones y miembros de la población beneficiaria. La representatividad de los participantes y su asistencia permanente, es un factor importante para el desarrollo de la estrategia, pues, pueden interactuar mediante el análisis, con voz y voto, en la formulación de propuestas y en la toma de decisiones; por ello, es necesaria la permanencia de los participantes.

Como se había manifestado anteriormente, existirán mejores resultados mientras mayor sea el grado de involucramiento, participación e interés de la población beneficiaria, en este caso, de los productores agropecuarios en la formulación de ideas para el desarrollo de la estrategia, o en el caso de que exista modificaciones para mejoramiento de la misma, desde las esferas propias de ejecución, existirán mejores resultados.

Es fundamental que la estrategia sea un espacio libre de política para impedir la desvinculación de la población y de las entidades participantes. El Coordinador se encargará de cumplir con lo planificado en el mejor tiempo posible; los técnicos de trabajar exclusivamente la parte técnica; los dirigentes comunitarios y los representantes de las entidades en velar los intereses de la población; y finalmente los beneficiarios en cumplir con las actividades propuestas con participación y compromiso.

Todos los entes partícipes de la estrategia, tienen responsabilidades, deben ser líderes comprometidos con las comunidades, proponer reflexiones y dotar de herramientas que permitan apoyar a la organización durante todo el proceso.

Es importante que el Comité sea dirigido por un Coordinador, quien se encargue de liderar convocatorias y dirija las reuniones de manera ordenada, democrática y respetuosa. Es necesario llevar un archivo digital y físico, de acceso público, con actas y listados ordenados de cada una de las reuniones, acuerdos, materiales informativos, informes de seguimiento, evaluaciones, fotografías, etc.

Los resultados podrán ser ampliados hacia los sectores académicos e investigativos, siendo necesaria la vinculación de futuros profesionales, el conocimiento de campo y su compromiso de cambio con la realidad socio económica de la población; aún más, motivado por los objetivos propuestos por el gobierno central en la transformación de la matriz productiva.

La sostenibilidad de las iniciativas productivas o emprendimientos requieren afianzarse en la generación de valor agregado, posicionamiento y búsqueda de mercados, para la generación de recursos económicos a nivel familiar. El encadenamiento de los mismos, a nivel provincial, es una vía que debe transitarse para fomentar la asociatividad, el traspaso de información, la optimización de procesos de capacitación y la consecución de alianzas estratégicas futuras.

Un aspecto sumamente necesario y que debe ser tomado en cuenta por los miembros del Comité es la capacitación permanente, pues, como manifiesta el Programa de Formación de Formadores Campesinos Agroecológicos (2019):

Para fortalecer la organización, es necesario que sus miembros actualicen sus conocimientos para la gestión interna y externa, pues, de esa manera se podrá contar con personas creativas y propositivas que faciliten procesos y ambientes democráticos para el desarrollo del grupo y para el nacimiento de nuevos líderes y lideresas que darán renovada dinamía y alternabilidad a la organización. (p. 6)

Por otra parte, el cantón Penipe con una política de fomento ganadero adecuado y soportado por un programa de capacitación, transferencia e innovación tecnológica apropiado permitiría incrementar los niveles de producción tanto de leche como de carne y crías, de manera sustentable y respetable con el medio ambiente; además impulsaría el consumo interno tanto de crudos como derivados y su comercialización exterior si se obtuviera buena calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE. (2009). *Asociatividad campesina y Soberanía Alimentaria*. (T. Mosquera, Ed.) Quito: CROMIA S.A. Obtenido de www.cosude.org.ec
- Andrade, F. (2009). *Comercio Justo o Economía Solidaria*. Obtenido de <http://www.afese.com/img/revistas/revista49/comerciojusto.pdf>
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución del Ecuador*.
- Askunke, C. (2007). *Diccionario de Educación para el Desarrollo*. Bilbao.
- Askunke, C. (2013). *Más allá del capitalismo: alternativas desde la Economía Solidaria 2013*.
- Astudillo, K., & Uyaguari, X. (2009). *Creación de modelos asociativos para el sector de la imprenta en la provincia del Azuay Período 2009-2010*. Cuenca.
- Brassel, F., Hidalgo, F., & Zapatta, A. (2012). *Agricultura Campesina y Soberanía Alimentaria*. Quito: Imprimax .
- Carro, R., & González, D. (2012). *Productividad y Competitividad*. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1607/1/02_productividad_competitividad.pdf
- Charro, V. (2015). *Estrategias Territoriales para el Desarrollo Integral de la Parroquia Cangahua*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Comunidad Andina. (2009). *Desarrollo Territorial del Cantón Penipe: Previniendo las consecuencias de la activación del Volcán Tungurahua* (Primera ed.). Lima, Perú: PULL CREATIVO S.R.L.
- Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo. (2015). *Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo*. Obtenido de <http://www.cecjcuador.org.ec/comercio-justo/que-es/>
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2006). *ABC del Comercio Justo*. Madrid, España. Obtenido de www.comerciojusto.org
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2006). *El Comercio Justo como herramienta de cooperación al desarrollo. ABC del Comercio Justo*. Obtenido de https://www.unican.es/NR/rdonlyres/F49FC0E4-42E2-4505-9048-E58B3FB3373E/53900/abc_del_comercio_justo.pdf
- Coordinadora ONG para el Desarrollo de España. (2014). Obtenido de <http://www.congde.org/>
- COPROBICH. (2015). *Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos "Bio Taita Chimborazo"*. Obtenido de es.coprobich.com

- Cuatro Ríos Tecnologías. (2015). *La asociatividad en las pymes*. Obtenido de http://www.cuatrorios.org/index.php?option=com_content&view=article&id=141:la-asociatividad-en-las-pymes&catid=39:blogsfeeds
- Gobierno Provincial de Tungurahua. (2010). *Agenda de Productividad y Competitividad de Tungurahua*. Ambato: Virtual Design AP&D.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (Cuarta ed.). México D.F., México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. Obtenido de <http://metodos-avanzados sociales.uba.ar/files/2014/04/El-proceso-de-la-investigacion.pdf>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA. (2008). *El comercio justo como alternativa para el desarrollo equitativo: propuesta para una estrategia de fortalecimiento y consolidación del comercio justo en Colombia*. San José, Costa Rica: IICA.
- Márquez, J. (2011). Metodología del Desarrollo Local. Estrategias e instrumentos. *Desarrollo Local en Tiempos de Crisis: ¿El Retorno a los Recursos Endógenos?* Obtenido de <http://www.foromundialadel.org/experiencias/doc/TEXTOPONENCIA%20JMARQUEZ%20COLOQUIO%202011%20BAEZA.pdf>
- Martínez, L. (1987). *Economía política de las comunidades indígenas*. Quito: CIRE.
- Ministerio Coordinador de Patrimonio. (2012). *Con voz propia, hacia el logro del Sumak Kawsay*. Quito, Ecuador: NINA Comunicaciones.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura Y Pesca. (2015). *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura Y Pesca*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (2015). *Plan Nacional de Riego y Drenaje*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/el-plan-nacional-de-riego/>
- Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados. (2011). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD* (Primera ed.). Quito, Ecuador: V&M Gráficas.
- Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados. (2011). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD* (Primera ed.). Quito: V&M gráficas.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2015). *Ministerio de Inclusión Económica y Social*. Obtenido de <http://www.inclusion.gob.ec/>

- OXFAM Intermón. (2015). *OXFAM Intermón*. Obtenido de <http://www.oxfamintermon.org/es/que-hacemos/comercio-justo/como-trabajamos/criterios-de-comercio-justo>
- Programa de Formación de Formadores Campesinos Agroecológicos. (2009). *Gestión del Desarrollo Local* (Segunda ed.). Riobamba, Chimborazo, Ecuador: Editorial Pedagógica Freire.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2000). *Asociatividad y Capital Social*. Santiago de Chile, Chile: Fyma Gráfica. Obtenido de www.desarrollohumano.cl/archivos/parte3ok.pdf
- Rosales, R. (1997). *La Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las PyMEs*. EEUU.
- Secretaría del Agua. (2015). *Secretaría del Agua*. Obtenido de <http://www.agua.gob.ec/objetivos/>
- Silva, I. (2003). *Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local*. Santiago de Chile.
- Sousa, V., Driessnack, M., & Costa, I. (2007). *Diseños de Investigación Cuantitativa*. Brasil. Obtenido de http://www.scielo.br/pdf/rlae/v15n3/es_v15n3a22.pdf
- The European Free Trade Association. (2015). *History*. Obtenido de www.efta.int
- Tipán, C. (2004). *Incidencia y Determinantes del Desempleo en el Ecuador*. Guayaquil.
- World Trade Fair Organization Latin America. (2015). *Comercio Justo*. Recuperado el 2015, de wfto-la.org
- Yáñez, S. (2012). *Con voz propia, hacia el logro del Sumak Kausay*. Quito: NINA Comunicaciones.

ANEXOS

Fotografía 01. Encuesta realizada a Sr. Gonzalo Cazco, productor en las parroquias Penipe y Matus (rubros: truchas, especies menores, cabras y alfalfa)



Fotografía 02. Socialización y levantamiento de encuestas en la comunidad El Guzo, parroquia Penipe (rubros: maíz y especies menores)



Fotografía 03. Entrevista realizada a Ing. Viviana Rodríguez, técnica del GAD Parroquial de La Candelaria (rubros: maíz, papa, zanahoria, leche)



Fotografía 04. Entrevista realizada a representantes del GAD Parroquial Rural de Puela, en el centro Sra. María Balseca, presidenta, (rubros: maíz, frutales)



Fotografía 05. Entrevista realizada a Tlgo. Gonzalo Hernández, presidente del GAD Parroquia de Bayushig (rubros: maíz, frutales, fréjol)



Fotografía 06. Entrevista realizada a Padre. Jaime Álvarez Benjumea (colombiano), Párroco de Penipe y Director Ejecutivo de CEBYCAM-CES.



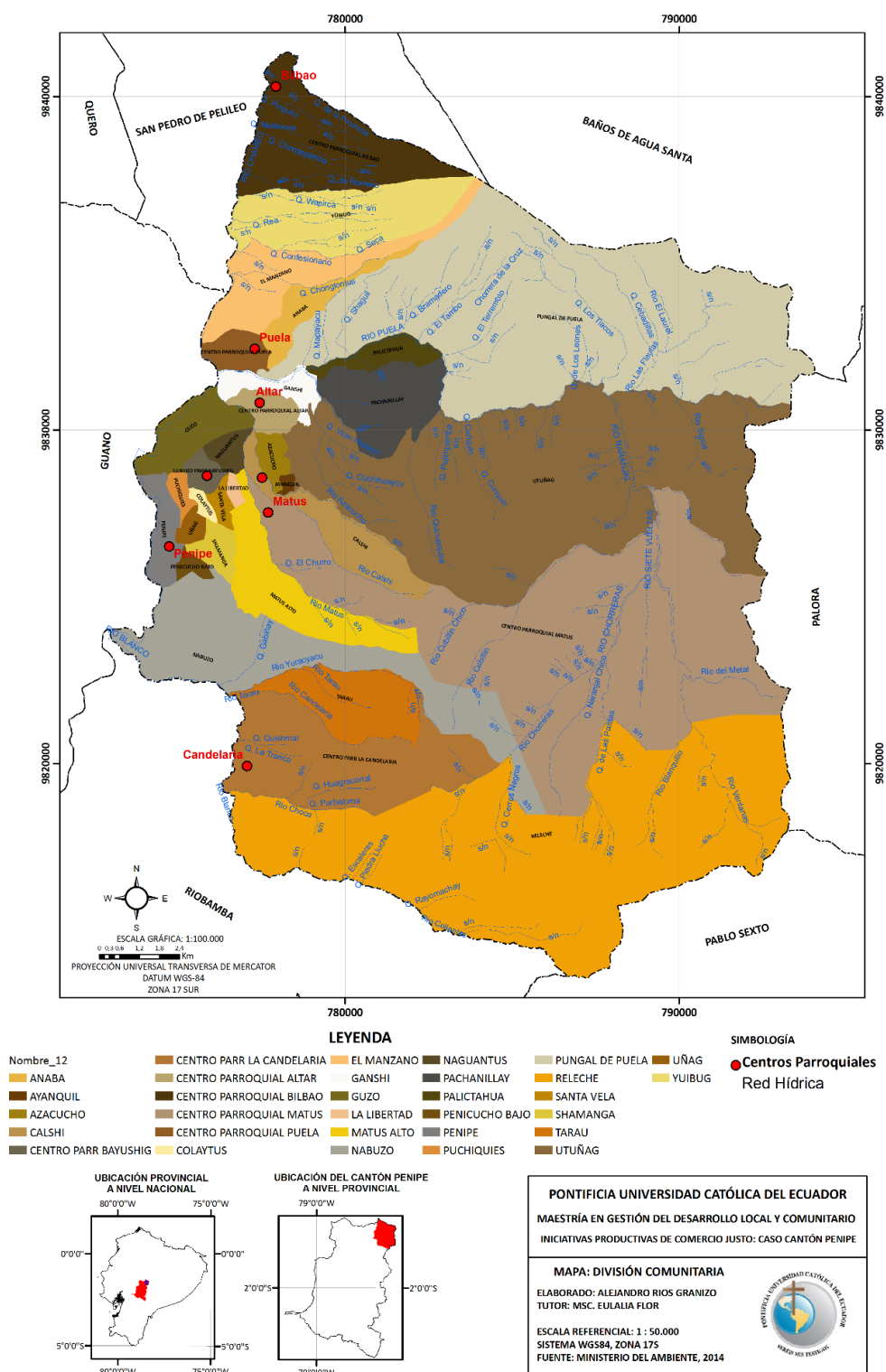
Fotografía 07. Entrevista realizada a Sr. René Chávez, Presidente del GAD Parroquia de la Candelaria (rubros: maíz, papa, zanahoria, leche)



Fotografía 08. Encuestas realizadas a productores de la parroquia Puela (rubros: maíz, frutales)

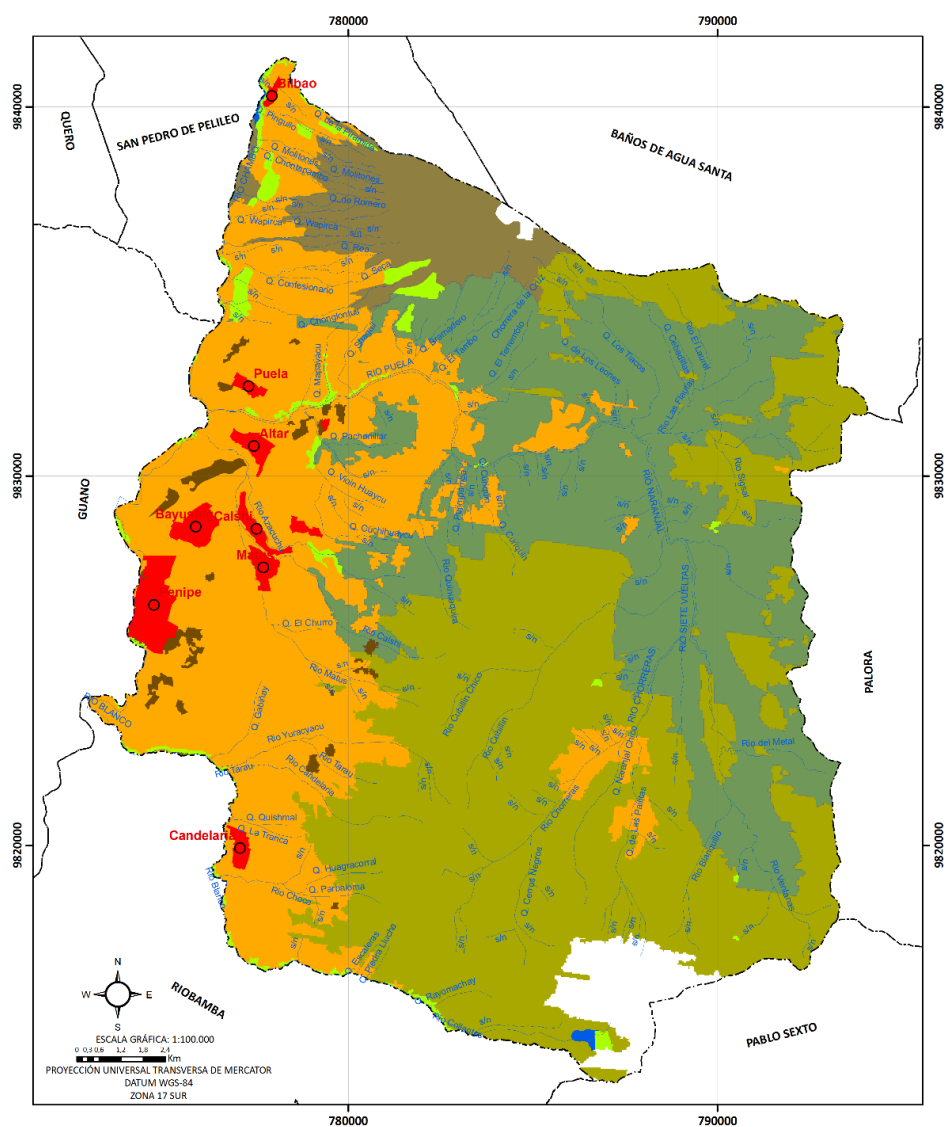


Mapa 02. División parroquial y comunitaria del cantón Penipe.



Fuente: SENPLADES (2014)

Mapa 03. Uso y cobertura del suelo del cantón Penipe.

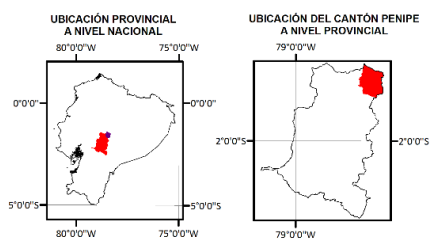


LEYENDA

Uso y cobertura del Suelo	GLACIAR	PLANTACION FORESTAL
AREA POBLADA	MOSAICO AGROPECUARIO	VEGETACION ARBUSTIVA
AREA SIN COBERTURA VEGETAL	NATURAL	
BOSQUE NATIVO	PARAMO	

SIMBOLOGÍA

● Centros Parroquiales
Red Hídrica



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL DESARROLLO LOCAL Y COMUNITARIO
INICIATIVAS PRODUCTIVAS DE COMERCIO JUSTO: CASO CANTÓN PENIPE

MAPA: USO Y COBERTURA ACTUAL DEL SUELO

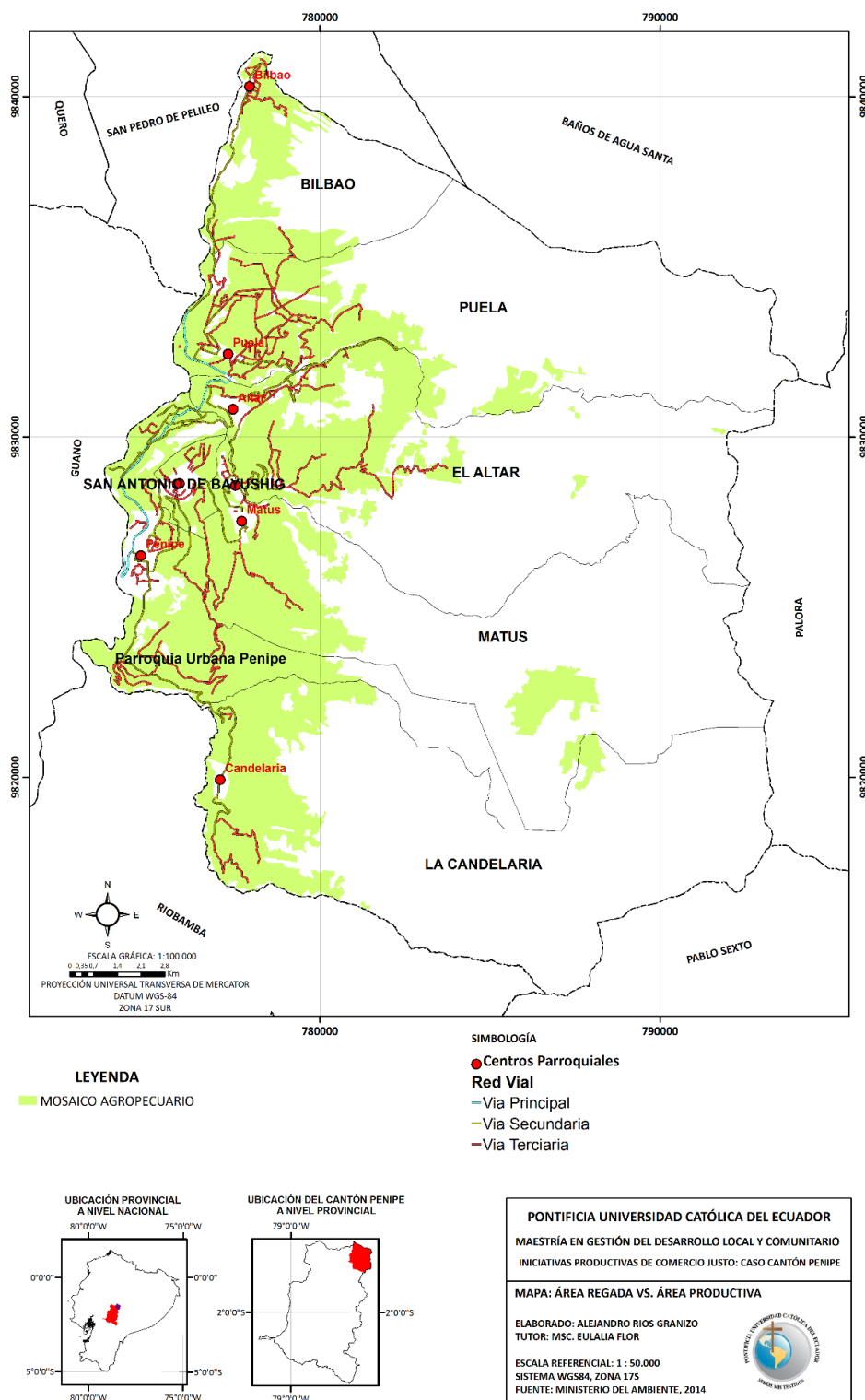
ELABORADO: ALEJANDRO RIOS GRANIZO
TUTOR: MSC. EULALIA FLOR

ESCALA REFERENCIAL: 1 : 50.000
SISTEMA WGS84, ZONA 17S
FUENTE: MINISTERIO DEL AMBIENTE, 2014



Fuente: Ministerio del Ambiente (2014)

Mapa 05. Redes viales del cantón Penipe.



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Penipe (2015)

Organizaciones pertenecientes al Comercio Justo en Ecuador

A continuación, se detalla una serie de organizaciones reconocidas y que pertenecen a las redes globales de Comercio Justo a nivel nacional y provincial (5):

- Pertenecen a la Organización Mundial de Comercio Justo Latinoamérica, los siguientes:

Tabla 38. Miembros de la Organización Mundial de Comercio Justo Latinoamérica, año 2015.

Nombre	Misión	Objetivos	Cobertura	Contacto
CAMARI	Comercializar solidariamente productos agropecuarios y artesanales de calidad, con honestidad y eficiencia, logrando la satisfacción de los clientes y pequeños productores, tomando como base el mejoramiento continuo de los procesos y servicios orientados al equilibrio social y empresarial, con liderazgo y competitividad.	Apoyar al mejoramiento de la calidad de vida de los pequeños productores orientando su producción en función del mercado y comercializando solidaria y eficientemente sus productos. Contar con un sistema de comercialización rentable y un eficaz manejo de los recursos para lograr la sostenibilidad económica-financiera.	Todas las provincias excepto Galápagos.	Marchena OE2-38 y Versalles, Santa Clara (Quito) 0225223616
MAQUITA CUSHUNCHIC MCCH	La comercialización se la realiza con precios y peso justo, con calidad del producto y calidez en las relaciones. Se orienta a la rentabilidad económica y social según los principios del Comercio Justo, para lo cual se capacitan a las organizaciones, buscando su autogestión comercial y el control de los recursos con prácticas transparentes y equitativas.	Trabajar promoviendo redes de economía social y solidaria con la participación activa de la gente. Practicar la producción, transformación, comercialización y consumo de productos sanos, con equidad y solidaridad.	Provincias: Esmeraldas, Manabí, Los Ríos, Guayas, El Oro, Imbabura, Pichincha, Santo Domingo, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Bolívar, Azuay, Napo y Pastaza.	Av. Rumichaca S26-365 y Moro Moro, Barrio Turubamba (Quito) 022670925
FUNDACIÓN CHANKUAP –	Apoyar a grupos prioritarios de la población Shuar, Achuar y mestiza de la amazonia central, para la generación de ingresos, manejo	Desarrollar actividades encaminadas a la producción, transformación y comercialización de productos	Provincias: Morona Santiago y Pastaza	Vidal Rivadeneira s/n y Hernando de

RECURSOS PARA EL FUTURO	sostenible de recursos del bosque y formación integrada de la familia, a través del trabajo en cadena de valor y acompañamiento, cumpliendo principios del biocomercio, con calidad, eficiencia y solidaridad.	agrícolas, de recolección y extracción; y, comercialización de productos artesanales. Dar valor agregado a la producción de las comunidades a través del procesamiento de productos: elaborando, distribuyendo y comercializando alimentos, productos naturales, fitofármacos y cosméticos.		Benavente, Barrio La Loma (Quito) 072703457
GRUPPO SALINAS	Se ha creado como una instancia corporativa que represente los intereses comunes y específicos de la población Salinera, y de las distintas instituciones asociadas, estableciendo directrices de trabajo institucional que fomenten la aplicación de herramientas eficaces para el logro de los resultados, diseñando, difundiendo e impulsando políticas comunes de gestión entre sus miembros para fortalecer el proceso de trabajo comunitario.	Fomenta acciones de desarrollo, de fortalecimiento de la institucionalidad y de participación e integración de los actores sociales y recursos locales. Favorecer acciones de esfuerzos y generación de servicios, sobre la base de la solidaridad, la innovación y el compromiso colectivo.	Provincias: Azuay, Bolívar, Cotopaxi, Chimborazo, Pichincha y Tungurahua	Vía El Calvario y Samilagua, Parroquia Salinas (Guaranda) 0322210185
KUEN S.A.	Quiere ser una empresa sostenible, en donde el crecimiento y desarrollo económico se hagan con equidad social, respeto a la biodiversidad y pluriculturalidad.	El compromiso social para con las organizaciones con quienes trabajan para poder mejorar la calidad de vida de los mismos. Responsabilidad ambiental promoviendo métodos sostenibles de producción para asegurar de que ninguna operación tenga un impacto negativo sobre el medio ambiente.	La mayor parte de la producción se lleva a cabo en las comunidades rurales e indígenas de la selva Amazónica y de los Andes. La producción final se realiza en Azuay (Cuenca)	Turuhuaico y Av. España (Cuenca) 072880093
FUNDACIÓN SINCHI SACHA	Es reconocida por su alto grado de especialización en el fomento del turismo responsable, el comercio justo, la planificación participativa, la restauración del patrimonio natural e histórico y la generación de ingresos para la población de escasos recursos.	Promover el ecoturismo, la producción artesanal, la educación y planificación participativa, la revitalización cultural y la restauración del patrimonio natural e histórico del Ecuador, como un aporte al desarrollo sustentable, el uso adecuado de los recursos naturales y la separación de la pobreza.	Sin información.	Reina Victoria 1780 y La Niña (Quito) 022527240

FUNDACIÓN PRO PUEBLO	Mejorar el nivel de vida por medio de apoyo a proyectos de infraestructura básica, entrenando en oficios y mercadeo internacional de productos artesanales de alta calidad.	Crear oportunidades de ingreso para familias de escasos recursos. Ayudar a conservar el legado cultural y ecológico de la región.	Comunidades situadas en las laderas occidentales de la cordillera Chongón Colonche.	Av. Francisco de Orellana y M. Alcívar (Guayaquil) 042683598
-----------------------------	---	--	---	---

Fuente: (World Trade Fair Organization Latin America, 2015)

- Pertenecen a la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, los siguientes:

Tabla 39. Miembros de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, año 2015.

Nombre	Misión	Objetivos	Cobertura	Contacto
FAPECAFES	Comercializar asociativamente productos de calidad asegurando volúmenes requeridos por el mercado, aplicando procesos responsables ambiental y socialmente para lograr la sostenibilidad de la organización y el mejoramiento de la calidad de vida de sus socios.	Acumular un volumen suficiente de café para la exportación y, mejorar el poder de negociación de los pequeños productores con los importadores y tostadores internacionales, como alternativa para la mejora de las condiciones de vida de las familias de productores de café en la región sur del Ecuador.	Provincias: Loja, Zamora Chinchipe y El Oro.	Catamayo km 2y1/2 vía a Cariamanga (Loja) 072399603
COPROBICH	Busca reducir la exclusión de indígenas Puruhá de la provincia de Chimborazo a través de la valoración de la quinua, trigo, arroz de cebada y otros productos agropecuarios orgánicos.	Producir, transformar y comercializar productos de alta calidad, cumpliendo estándares mundiales para satisfacer y superar la demanda de sus clientes, promoviendo la protección del medio ambiente, contribuyendo al desarrollo socioeconómico de sus socios y de la provincia de Chimborazo.	Provincia: Chimborazo	García Moreno y Unidad Nacional, Cajabamba (Colta) 032912285
JAMBI KIWA	Ofrecer más de 50 especies de plantas en diferentes presentaciones: deshidratadas, infusión, granuladas y en polvo, además de productos terminados como: infusiones aromáticas, medicinales y cosméticos.	Producir orgánicamente huertos asociativos, plantas medicinales, aromáticas y condimentarias de calidad, para mejorar las condiciones de vida de sus asociados y sus familias. Brindar alternativas de producción, transformación y comercialización, dando valor agregado, crear plazas de trabajo para enfrentar la crisis social y económica, disminuir la migración y evitar los intermediarios.	Provincia: Chimborazo	Barrio Santa Cruz (Riobamba) 032614318
UROCAL	Desde 1993 se plantea la puesta en marcha de una estrategia que le permite pasar de la sobrevivencia, hacia condiciones de desarrollo humano sostenible, guardando una relación armónica con el ambiente, por medio del apalancamiento de procesos de desarrollo socioeconómico y/o de ejecución de programas y proyectos.	Promover y lograr el desarrollo humano sostenible para sus asociados y las comunidades donde operan. Busca mercados y rentabilidad para las actividades de la organización, ejecuta proyectos de producción limpia, en armonía con el ambiente, organiza e implementa proyectos de desarrollo social y comunitario, Promueve la participación democrática brindando servicios de calidad a sus socios y usuarios, con el	Provincias: El Oro, Guayas y Azuay	Rocafuerte y Ayacucho (Machala) 072962672

		propósito de lograr que las personas involucradas en accionar mejoren			
FECAFEM	Es una federación cafetalera manabita consolidada, participativa, sostenible y equitativa que brinda servicios de calidad para la diversificación de la producción y comercialización con precios justos para el bienestar de sus socios y socias en armonía con el medio ambiente.	Mejorar la calidad de vida de los asociados mediante la generación de capacidades técnicas, organizativas y administrativas en sus organizaciones socias, a través de alianzas estratégicas para el mejoramiento de la productividad, calidad y comercialización de sus productos en nichos de mercados especiales.	Provincia: Manabí	Felipe Morales entre Av. Manabí y 5 de Junio (Portoviejo)	Saúl 052564638
ASOGUABO	Satisfacer las exigencias de los clientes con alta calidad, bajo el sistema de comercio justo buscando el mejoramiento de las condiciones de los socios y el mejoramiento del entorno en términos sociales, ambientales y laborales.	Es una empresa exportadora de banano diferente a otras en el Ecuador, ya que sus productores socios producen y exportan banano cumpliendo normas sociales y ambientales. Provee de fruta fresca convencional, orgánica; puré de banano a mercados de Europa y estados Unidos a través de sus importadores.	Provincia: El Oro	Gran Colombia 2321 y Av. Del Ejército (El Guabo)	072952247
UNOCACE	Se creó con la finalidad de incrementar los ingresos de los productores a través del mejoramiento de los cultivos de cacao.	Producir y comercializar cacao nacional fino o de aroma de la más alta calidad, cumpliendo las exigencias del mercado de los cacaos finos; con el fin de incrementar el número de hectáreas de cacao mejoradas, aumentando el volumen de la producción en un 25% cada año.	Provincias: Guayas, Los Ríos, El Oro y Bolívar	Recinto El Deseo km 30, Autopista Durán Boliche (Milagro)	0994160238
FONMSOEAM	Ofrecer a sus socios servicios de: asistencia técnica, comercialización asociativa, con el fin de contribuir al desarrollo organizativo, económico de las comunidades de la reserva ecológica Mache Chindul.	Conectar a sus miembros con el mercado internacional donde pueden vender sus productos ecológicos con un precios más justo, ayudar a sus miembros a recibir y mantener sus certificaciones ecológicas e invertir la prima en proyectos sociales de salud, equidad de género, educación, sensibilización y protección del medio ambiente.	Provincia: Esmeraldas	Tonchingue La Y y Abdón Calderón vía a Galera	0986243105
ASOCIACIÓN CERRO AZUL	Mejorar los ingresos y calidad de vida de las familias de sus socios a través de facilitar el acceso a servicios para la producción como financiamiento y asistencia técnica.	Brindar servicios y asistencia técnica de calidad y eficiencia a los productores y sus familias, para lo cual cuenta con personal capacitado y una infraestructura propia y apropiada para incrementar la productividad en las fincas, la diversidad de productos, la comercialización de productos orgánicos y convencionales y el cumplimiento de los derechos de los trabajadores.	Provincia: El Oro	Lotización San José No 3, Galo García s/n entre Luis León y David Morroy (Pasaje)	072916962

FORTALEZAS DEL VALLE	Ser una organización que agrupe a los pequeños productores, líder en la comercialización de cacao nacional fino y de aroma, que trabaja con estándares de calidad que exige el mercado nacional e internacional.	Mejorar la condición de vida de los productores que se dedican al cultivo de cacao.	Provincia: Manabí	Vía Calceta- Canuto km 11y1/2 (Bolívar)
---------------------------------	--	---	----------------------	---

Fuente: (Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, 2015)

- Pertenecen a la Coordinadora Estatal de Comercio Justo de España en Ecuador, los siguientes:

Tabla 40. Miembros de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo de España en Ecuador, año 2015.

Nombre	Misión	Objetivos	Cobertura	Contacto
CAMARI				
CORPORACIÓN DE TALLERES DEL GRAN VALLE	Es una organización comunitaria sin fines de lucro que lucha a favor de las comunidades por un futuro mejor, solidaria con las personas que más lo necesitan, uniendo hombros de todas las personas que la integran, con el afán de fundar bases de una economía más justa.	<p>Crear talleres artesanales y pequeñas empresas, y favorecer la comercialización de sus productos. Se basa en un planteamiento de desarrollo sostenible social, económico y medioambiental.</p> <p>Los beneficios de las actividades de producción se destinan al crecimiento de las pequeñas empresas y talleres y a un fondo solidario con el que se desarrollan iniciativas en el valle como ayudas sociales, centro residencial educativo para niños, etc.</p>	Valle de Manduriacos	Comunidad San José de Magdalena (Cotacachi) 062864873
TEJEMUJERES	Cooperativa formada por mujeres de zonas rurales. Destaca la capacitación técnica de las socias, la participación de sus miembros en la comunidad, promoción de la actividad artesanal como tradición cultural y del desarrollo de procesos de valoración de la mujer.	Ofrecer al mercado productos textiles, artesanales, competitivos y de calidad. Los ingresos que genera se dirigen al pago de la mano de obra y a financiar el programa socio organizativo de salud y formación.	Provincia: Azuay	(Gualaceo) 072255245

Fuente: Coordinadora Estatal de Comercio Justo de España (2015)

Tabla 41. Resumen de organizaciones de Comercio Justo presentes en Chimborazo, año 2015.

Nombre	Marca identificativa	Nombre	Marca identificativa
CAMARI		GRUPPO SALINAS	
MAQUITA CUSHUNCHIC MCCH		COPROBICH	
JAMBI KIWA			